

**UNIVERSIDAD PRIVADA DEL NORTE**  
FACULTAD DE ESTUDIOS DE LA EMPRESA  
Carrera de Administración

# **Estudio de pre - factibilidad para la implementación de casa hospedaje “El Encanto” en la provincia de Pacasmayo, 2010**

Tesis para optar el título profesional de Licenciado en Administración  
ASESOR Jorge Leandro Arbulú Bernal

AUTORA:

**Karen Alicia Dávila Flores**  
**TRUJILLO – PERÚ**

<b>PRESENTACIÓN . .</b>	<b>1</b>
<b>DEDICATORIA . .</b>	<b>3</b>
<b>Resúmen Ejecutivo .</b>	<b>5</b>
<b>Abstract . .</b>	<b>7</b>
<b>CAPÍTULO I: GENERALIDADES . .</b>	<b>9</b>
<b>1.1 Idea del Negocio: .</b>	<b>9</b>
<b>1.2. Descripción de la Oportunidad: .</b>	<b>10</b>
<b>1.3 Estrategias de Entrada y Crecimiento: . .</b>	<b>19</b>
<b>1.4 Objetivos del Proyecto: .</b>	<b>19</b>
<b>1.4.1 Institucionales: .</b>	<b>19</b>
<b>1.4.2 De Marketing: .</b>	<b>19</b>
<b>1.4.3 Operacionales: .</b>	<b>19</b>
<b>1.4.4 Financieros: .</b>	<b>20</b>
<b>1.5 Nombre de la empresa: .</b>	<b>20</b>
<b>1.6 Sector o Industria: .</b>	<b>20</b>
<b>1.7 Horizonte de Evaluación: . .</b>	<b>20</b>
<b>1.8 Ejecutora: . .</b>	<b>20</b>
<b>1.9 Objetivos del Estudio: .</b>	<b>20</b>
<b>CAPÍTULO II: ESTUDIO DEL MERCADO . .</b>	<b>23</b>
<b>2.1. Análisis del entorno: .</b>	<b>23</b>
<b>2.1.1 Macroentorno: . .</b>	<b>23</b>
<b>2.1.2 Microentorno: .</b>	<b>33</b>
<b>2.2 Investigación de mercado: . .</b>	<b>34</b>
<b>2.2.1 Segmentación: .</b>	<b>34</b>
<b>2.2.2. Definición del Cliente Potencial: .</b>	<b>35</b>
<b>2.2.3 Fuentes de Información: .</b>	<b>35</b>
<b>2.2.4 Metodología a Emplear: . .</b>	<b>36</b>

2.2.5 Análisis de la Demanda: . . .	37
2.2.6 Análisis de la Oferta: . . .	41
2.2.7 Deducción del Mercado Meta: . . .	47
2.3 Análisis de la Comercialización: . . .	49
2.3.1 Marketing Mix Usado por la Competencia . . .	49
2.3.2 Plan de Marketing para el Proyecto: . . .	54
2.3.3 Análisis del Mercado Proveedor . . .	56
<b>CAPÍTULO III: ESTUDIO TÉCNICO . . .</b>	<b>59</b>
3.1. Especificaciones Técnicas del producto . . .	59
3.2. Ingeniería Básica . . .	61
3.2.1. Descripción de Procesos . . .	62
3.2.2. Descripción de Tecnologías . . .	69
3.3. Centro de Operaciones . . .	72
3.3.1. Macro y Micro-Localización . . .	72
3.4. Capacidad instalada del proyecto . . .	75
3.4.1. Capacidad Máxima . . .	75
3.4.2. Criterios y Porcentajes de Ocupabilidad . . .	76
<b>CAPÍTULO IV: ESTUDIO LEGAL . . .</b>	<b>77</b>
4.1. Forma Societaria . . .	77
4.2. Tasas y Licencias Municipales . . .	79
4.2.1. Licencia de Funcionamiento . . .	79
4.3. Legislación Laboral y Tributaria . . .	81
<b>CAPÍTULO V: ESTUDIO ORGANIZACIONAL . . .</b>	<b>85</b>
5.1 Planeamiento Estratégico . . .	85
5.1.1. Misión: . . .	85
5.1.2. Visión: . . .	85
5.1.3. Objetivos Tácticos y Estratégicos . . .	86
5.1.4. Análisis FODA . . .	86
5.1.5. Estrategias . . .	91

5.2. Estructura Organizacional . . .	93
5.2.1. Organigrama . . .	93
5.2.2. Nombre . . .	93
5.2.3. Equipo de Trabajo . . .	94
<b>CAPÍTULO VI: INGRESOS Y COSTOS . . .</b>	<b>103</b>
<b>CAPÍTULO VII: EVALUACIÓN ECONOMICA Y FINANCIERA . . .</b>	<b>105</b>
7.1. Supuestos Generales . . .	105
7.2. Flujo de Caja Proyectado . . .	106
7.2.1. Módulo del Impuesto General a las Ventas . . .	107
7.2.2. Flujo de Caja Anual Financiado del Proyecto . . .	107
7.2.3. Flujo de Caja Operativo . . .	109
7.2.4. Flujo de Capital . . .	110
7.2.5. Flujo de Caja Económico . . .	111
7.3. Tasa de Descuento . . .	111
7.3.1. Costo de Oportunidad de Capital . . .	111
7.4. Estados Proyectados . . .	112
7.4.1. Balance . . .	112
7.4.2. Estados de Ganancias y Pérdidas . . .	113
7.5. Rentabilidad . . .	114
7.5.1. VANE, VANF, TIRE Y TIRF . . .	114
7.5.2. Periodo de Recuperación de Capital . . .	115
7.5.3. Análisis Costo – Beneficio . . .	116
7.5.4. Punto de Equilibrio . . .	116
7.6. Análisis Sensibilidad . . .	117
7.6.1. Análisis Unidimensional de las Variables Críticas . . .	117
7.6.2. Reporte del Análisis Bidimensional del VANF . . .	118
7.6.3. Reporte del Análisis Bidimensional del TIRE . . .	119
7.6.4. Reporte del Análisis Bidimensional del TIREF . . .	119
7.7. Factores Críticos de Riesgo y Éxito . . .	119



7.7.1 Descripción . .	120
7.7.2 Plan de Contingencias . .	120
<b>CAPÍTULO XII: CONCLUSIONES .</b>	<b>121</b>
<b>CAPÍTULO IX: RECOMENDACIONES .</b>	<b>123</b>
<b>BIBLIOGRAFÍA: .</b>	<b>125</b>
PAGINAS WEB: .	125
<b>ANEXOS .</b>	<b>127</b>

## PRESENTACIÓN

Señores Miembros del Jurado:

En cumplimiento con las disposiciones establecidas por el ministerio de educación y el reglamento de Títulos de la Facultad de Estudios de la Empresa de la Universidad Privada del Norte de Trujillo, me es grato someter a vuestra consideración el presente Estudio de Pre Factibilidad para la Implementación de la Casa Hospedaje “EL ENCANTO” para turistas nacionales y extranjeros en la provincia de Pacasmayo, con la finalidad de obtener mi Título Profesional de Licenciado en Administración.

Es propicia esta oportunidad para expresar mis agradecimientos a la plana docente que estuvo a cargo de mi formación académica, a cada uno de ellos va un sincero y profundo reconocimiento por las enseñanzas, consejos y orientaciones que contribuyeron en mi formación profesional.

Trujillo, Noviembre del 2010

Atentamente

Karen Alicia Dávila Flores

Bachiller en Administración de empresas

## DEDICATORIA

A DIOS: Quiero en esta oportunidad agradecer en primer lugar al Dios todo poderoso que me ha conservado con vida, con salud, que me dio inteligencia, y me ha guiado y cuidado hasta hoy.

A MIS PADRES: JORGE Y ROSA Porque creyeron en mi educación, en mi formación profesional, porque se sacrificaron y lo dieron todo para que Yo hoy concluya una etapa más de mi formación integral. Gracias por los constantes consejos y la confianza que depositaron siempre en mí.

A MI ESPOSO Y MI HIJA: Por su presencia en estos momentos tan importantes de mi vida, por su apoyo, su comprensión y su cariño. Les agradezco por todo en mi Vida y por tu llegada a este mundo.

Karen Alicia Dávila Flores

## Resumen Ejecutivo

El presente proyecto, es un estudio de Pre-Factibilidad para la implementación de una empresa dedicada a ofrecer el servicio de estadía, la cual se denominará Casa Hospedaje: “*EL ENCANTO*”; en la Provincia de Pacasmayo. El objetivo de este trabajo es determinar la viabilidad del proyecto.

*Casa Hospedaje “EL ENCANTO”* nace como una alternativa ante la demanda de turistas nacionales y extranjeros en la Provincia de Pacasmayo. El mercado meta serán los jóvenes aventureros, surfistas mochileros, familias que buscan un momento de descanso en épocas de vacaciones, estudiantes, investigadores que gustan de historia y arqueología.

Como punto crítico de éxito será la localización del hospedaje, estará ubicado cerca a la Plaza de Armas y a 60 metros de la playa. El proyecto en mención brindará el servicio de hospedaje, contará con servicio de orientación para actividades turísticas, la decoración será acogedora y la atención del cliente estará a cargo de personal debidamente capacitado.

Entre las estrategias de marketing se tendrá una página web, una base de datos actualizada de clientes para comunicar promociones, también se empleará el Mailing.

La publicidad será a través de diarios y revistas así como un banner ubicado a la entrada de Pacasmayo; se visitará a clientes potenciales y agencias de viaje para entregar Brochure y artículos de Merchansiding.

Dentro de la organización de la empresa, se ha considerado formar una Sociedad Anónima Cerrada, para la cual se ha desarrollado al detalle la organización interna, considerando la selección, capacitación y monitoreo del personal, teniendo como objetivo una buena atención y servicio al cliente.

El Proyecto Casa Hospedaje “*EL ENCANTO*”, tendrá como capacidad máxima para atender 7,920 servicios/año, para lo cual requiere de una inversión inicial que asciende a S/.178.174.00 que será financiado en un 70% con aporte propio y en un 30% con préstamo de una entidad financiera local.

Finalmente, se concluye que este proyecto es rentable, teniendo en consideración el COK de 12.35%, dando como resultado los siguientes indicadores financieros: VANE y TIRE.

## Abstract

This project is a Pre-Feasibility Study for the implementation of a company dedicated to providing the service visit, which will be called Lodging House: "El Encanto" in the Province of Pacasmayo. The aim of this study is to determine the feasibility of the project.

Lodging House "El Encanto" was born as an alternative to the demand of domestic and foreign tourists in the province of Pacasmayo. The target market are young adventurers, surfers, backpackers, families looking for a relaxing time in holiday periods, students and researchers who love history and archeology.

Critical point of success will be the location of accommodation will be located near the Plaza de Armas and 60 meters from the beach. The project in question will provide the hosting service, will be available at orientation for tourism, the decor is cozy and customer care will be provided by properly trained personnel.

Among the marketing strategies will have a web page, an updated database of customers to communicate promotions, also use the Mailing. Advertising will be through newspapers and magazines and a banner located at the entrance of Pacasmayo, will visit potential customers and travel agencies to deliver Merchansiding Brochure and supplies.

Within the business organization, has been considered to form a closed corporation to which it is developed to detail the internal organization, considering the selection, training and monitoring staff, aiming to good care and customer service.

Lodging House Project "El Encanto" will accommodate up to 7.920 address services / year, which requires an initial investment totaling S/.178.174.00 to be funded 70% with our own contribution and a 30% loan from a local financial institution.

Finally, we conclude that this project is profitable, taking into consideration the COK of 12.35%, resulting in the following financial indicators: VANE and TIR.

# CAPÍTULO I: GENERALIDADES

## 1.1 Idea del Negocio:

La implementación de casa hospedaje “El Encanto” es un proyecto de inversión, enfocado en el sector turismo que se dedicará a ofrecer el servicio de alojamiento dirigido a turistas nacionales y extranjeros en la provincia de Pacasmayo. Dentro de algunos sub grupo se tendría; jóvenes aventureros, surfistas, mochileros, familias y parejas que buscan un lugar seguro para descansar y conocer la zona, señores de la tercera edad que están en constante contacto con la naturaleza, estudiantes e investigadores que gustan de la historia y arqueología.

Ofrecerá los servicios desde sus amplias y cómodas instalaciones ubicadas, cerca a la Plaza de Armas, una zona estratégica, puesto que se encuentra a unos 60 metros de la playa.

Casa Hospedaje “EL ENCANTO” contará con orientación de actividades turísticas, variedad de bebidas y tragos a solicitud del cliente, las habitaciones simples contarán con ventilador y cable TV, las habitaciones dobles y suites con el servicio de calefacción/ aire acondicionado, cable TV, aparte las habitaciones suite contará con frigo bar, internet, teléfono; los servicios de room service y lavandería estará a disposición del cliente donde nuestros futuros clientes podrán disfrutar de sus vacaciones en un lugar seguro y

acogedor.

Se ha considerado con el tiempo la implementación de un transporte terrestre hacia los alrededores de la provincia de Pacasmayo, ya que cuenta con los siguientes distritos: San Pedro de Lloc, Pacasmayo, San José, Jequetepeque y Guadalupe. La capital de la provincia y sede del gobierno provincial de Pacasmayo es el distrito de San Pedro de Lloc.

El turista podrá disfrutar de su paseo con las maravillas que cuenta cada uno de los distritos, empezando por La Iglesia de San Pedro de Lloc, ubicada en la Plaza de Armas, Bosque El Cañoncillo ideal para la práctica del turismo de aventura y naturaleza, está ubicado en el distrito de San Pedro de Lloc. En el Distrito de Jequetepeque ubicado al margen izquierda del río del mismo nombre, cuenta con recursos turísticos como, playa boca del río, playa junto marino, templo virgen de la misericordia, complejo arqueológico de dos cabezas, tumba del señor de Jequetepeque y afición especial por la crianza de caballo de paso. El distrito de Guadalupe encontramos el complejo ceremonial Pakatnamú, situado a 14 km de la ciudad de Pacasmayo y es un sitio arqueológico monumental, junto al valle del río Jequetepeque, sobresalen 50 pirámides trucas además de complejos habitacionales, plazas murallas, muros con relieves y recintos diversos, la Casa de María complejo San Agustín y el Monumento a la Virgen de Guadalupe.

## **1.2. Descripción de la Oportunidad:**

Pacasmayo, está ubicada en la Costa Norte del Perú al Sur de la desembocadura del río Jequetepeque, a 110 Kms. de la ciudad de Trujillo. Entre sus atractivos turísticos destacan sus hermosas playas, el muelle, paseos, casonas republicanas, plazas, iglesias y otros. En la estación de verano sus playas de aguas tranquilas y transparentes son el disfrute de los turistas.



*IMAGEN N° 01 Casonas Republicanas de Pacasmayo*





Pacasmayo cuenta con hermosas casonas, símbolo de su antiguo movimiento portuario y aún vigente actividad comercial y turística.



*Malecón Grau*

Construido en 1918, cerca a la ribera del mar, escenario donde se admira la playa, una de las más concurridas en la costa del Perú por su belleza donde se puede disfrutar mejor la puesta del sol y realizar deportes acuáticos.



*El Muelle de Pacasmayo*

El Muelle de Pacasmayo, declarado Monumento Integrante del Patrimonio Cultural de la Nación, que se encuentra ubicado al Noroeste del distrito, en este se puede contemplar y disfrutar de la brisa del mar y observar el movimiento de las embarcaciones

pesqueras. La longitud inicial del Muelle fue de 773.40 ml.



*Cristo Resucitado*

Escultura en honor al Cristo resucitado, símbolo del Puerto de Pacasmayo. Desde este mirador se puede observar el perfil de la bahía, el muelle y gran parte de esta ciudad.



*Iglesia Nuestra Señora de Guadalupe*

Ubicada en la Intersección de las calles Manco Cápac y Ladislao Espinar. Es la Iglesia Matriz de Pacasmayo que data del siglo XIX, construida por el Vicario de San Pedro de Lloc, Eleodoro Laynes; hecha de ladrillo, yeso y adobe.



*Ex Estación De Ferrocarril*

Ubicada en la Av. 28 de Julio. Construida en 1871 y puesta al servicio en 1874. En 1978 el ferrocarril pasó a Enapu – Perú.



*Paseo De La Paz*





*Plazuela Del Niño*



*Plazuela Bolognesi*

En el centro se erige el busto del Francisco Bolognesi, y unos jardines a manera de andenería teniendo como acabados piedras de mar.

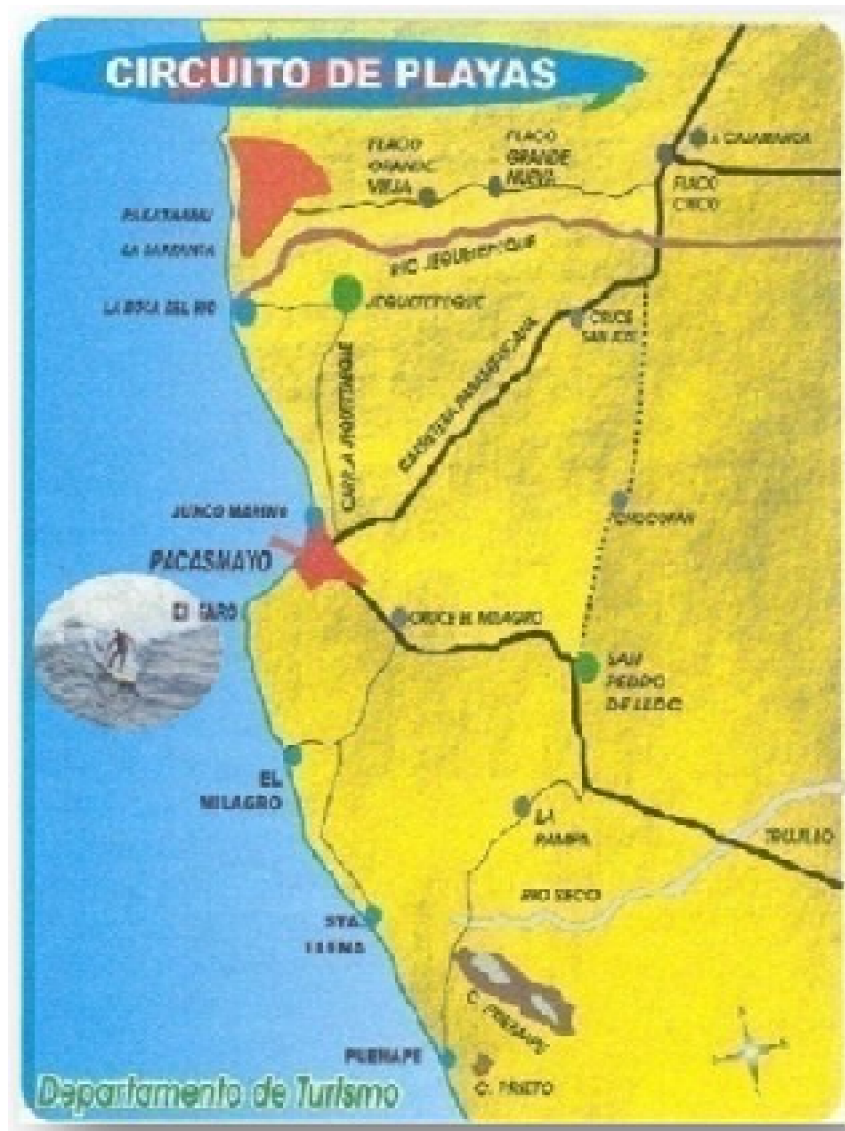
fig010.jpg

Levantada sobre el lecho de una antigua laguna. Su histórica pileta fue donada en 1936 por el Municipio del Callao.



*Plazuela Grau*

En el Malecón Grau, entre el mar y la Iglesia se levanta un Obelisco con el busto del Almirante Miguel Grau



Sus hermosas playas, como playa El Techito, El Faro, Junco Marino y la playa Pacasmayo, ideales para el Surf, y las competencias de parapentes, windsurf, kitesurf, longbord, que son visitadas con frecuencia en los meses de diciembre a abril.

También se vienen realizando desde el 2008 concurso de maratón Internacional, convocando deportistas nacionales, internacionales, esto se lleva a cabo en julio de cada año; con la finalidad de promover el turismo ya que cada año está teniendo una mayor acogida.

Las tendencias actuales del turismo mundial indican una preferencia marcada por viajes en grupos pequeños o en unidades familiares, favoreciendo aquellos destinos que ofrezcan experiencias autóctonas, donde el viajero pueda mantener su individualidad e incorporar el aprendizaje y la cooperación a su experiencia de descanso.

En este sentido la implementación de Casa Hospedaje “El Encanto”, constituye una oportunidad de negocio, ya que brindará al público objetivo el servicio de alojamiento en un ambiente acogedor, el cual nuestro cliente encontrara confianza, seguridad,

cordialidad y estará ubicado en una zona estratégica.

## 1.3 Estrategias de Entrada y Crecimiento:

### *Durante la etapa de introducción:*

Se implementará la estrategia de penetración ambiciosa, que consiste en generar alianzas con operadores locales, nacionales y extranjeros; para lograr una rápida inserción en el mercado y por ende mayor participación en el mismo.

### *Durante la etapa de crecimiento:*

Se buscará superar la calidad del servicio, encontrar nuevos canales de distribución, estudiar y buscar nuevos sectores del mercado y modificar la publicidad destinada a generar conocimiento del proyecto.

## 1.4 Objetivos del Proyecto:

### 1.4.1 Institucionales:

---

- Tener en todo momento la mejor disposición para atender a nuestros clientes.
- Demostrar la responsabilidad, limpieza y respeto que se merecen nuestros clientes.
- Proporcionar una de las mejores instalaciones que nos asegure su regreso.
- Ofrecerle seguridad, tranquilidad y descanso para a nuestros clientes hospedados.

### 1.4.2 De Marketing:

---

- Determinar cuál será el nivel de aceptación por parte de los clientes del servicio que se piensa ofrecer en el mercado.
- Posicionarse el uso del servicio de Casa Hospedaje, como la empresa líder en la oferta de servicios de hospedaje en la provincia de Pacasmayo.

### 1.4.3 Operacionales:

---

- Establecer un eficiente control del servicio que se ofrece y de los procesos a seguir.
- Asegurar una elevada productividad en tiempos de temporada.



#### **1.4.4 Financieros:**

---

- Obtener niveles de rentabilidad acordes al promedio del mercado.
- Optar por una eficiente alternativa de financiamiento.
- Obtener en al quinto año el retorno de la inversión.

### **1.5 Nombre de la empresa:**

La empresa se constituirá con el nombre Casa Hospedaje “El Encanto”

### **1.6 Sector o Industria:**

El proyecto estará inmerso en el sector de servicios, hospedajes. Dentro de la – CIIU, al proyecto le corresponde la clasificación:

H 5510 04 Servicio de hospedaje en casas de huéspedes. (1)

### **1.7 Horizonte de Evaluación:**

El proyecto tendrá un horizonte de evaluación de 5 años, ya que es el tiempo al que se ajusta la mayoría de proyectos de inversión; esto está estrechamente relacionado con el incremento de turistas a nivel Nacional y de la región La Libertad.

### **1.8 Ejecutora:**

Karen Alicia Dávila Flores

### **1.9 Objetivos del Estudio:**

- Determinar el tamaño de mercado del proyecto.

- 
- Determinar el precio de los servicios a ofrecer.
  - Determinar los costos en los que se incurrirán y la inversión necesaria para la ejecución del proyecto.
  - Determinar el grado de rentabilidad del proyecto a través del análisis económico del mismo.

# CAPÍTULO II: ESTUDIO DEL MERCADO

## 2.1. Análisis del entorno:

### 2.1.1 Macroentorno:

---

#### 2.1.1.1 Factores Legales:

La *Ley de Micro y Pequeña Empresa*, es la ley más importante que ha expedido el Gobierno en el marco de las facultades legislativas delegadas por el Congreso mediante *Ley N° 29157*.

La nueva Ley MYPE, aprobada por Decreto Legislativo N° 1086 (El Peruano: 28/06/08) es una ley integral que no sólo regula el aspecto laboral sino también los problemas administrativos, tributarios y de seguridad social que por más de 30 años se habían convertido en barreras burocráticas que impedían la formalización de este importante sector de la economía nacional.

La nueva Ley MYPE recoge la realidad de cada segmento empresarial, desde las empresas familiares, las micro hasta las pequeñas empresas, las que ahora tienen su propia regulación de acuerdo a sus características y a su propia realidad.

Con esta ley, el Estado continua con una de sus labores y propósitos que es promover la competitividad, formalización y desarrollo de las micro y pequeñas empresas para incrementar el empleo sostenible, su productividad y rentabilidad, su contribución al Producto Bruto Interno, la ampliación del mercado interno y las exportaciones y su contribución a la recaudación tributaria. Asimismo, esta ley irá acompañada de un proceso de articulación que busca facilitar el acceso al crédito, a la tecnología y a la capacitación a los micros y pequeños empresarios, comprometiendo para ello a distintas entidades del Estado.

Cada año el Gobierno Peruano viene estimulando más el desarrollo de la actividad turística, como un medio para contribuir al crecimiento económico y al desarrollo social del país, a través de entidades como: PROMPERU, MINCETUR, CANATUR y el instituto Nacional de Cultura, entre otros. Así mismo, ha dictado La Ley N°26842 que regula el desarrollo de la actividad turística, el Decreto Supremo 016-2004 que aprueba el plan Estratégico Nacional de Turismo – PENTUR para el año 2005-2015 y la elaboración del Plan Estratégico Regional de Turismo, el cual es elaborado por el Gobierno Regional de cada Región.

Según la Resolución Directoral N° 0011-95 - MITINCI/MTINCI/DNT se debe cumplir con algunos requisitos para implementación del servicio de alojamiento:

#### Condiciones Generales

- Las construcciones deberán ser de materiales durables y que ofrezcan seguridad y aislamiento a los huéspedes.
- El equipamiento y las instalaciones deberán estar en buen estado de conservación.

#### Dormitorios

- Deberán estar adecuadamente ventilados e iluminados.
- Las camas deberán contar con ropa de cama, a cargo de quien brinda el servicio de alojamiento.
- Deberán contar, además con mobiliario mínimo indispensable, como silla y una mesa de noche o similar por cada dos camas.

#### Servicios Higiénicos

- Deberán contar con inodoro, lavatorio y ducha.
- Deberán estar adecuadamente iluminados y ventilados.
- La cantidad de baños, será uno cada cuatro camas.

Cabe mencionar que dentro de las normas establecidas por el Instituto Nacional de Cultura, todo terreno cuya área exceda las cinco hectáreas, deberá realizar necesariamente un estudio arqueológico para destacar la existencia de los mismos.

Por lo anteriormente mencionado, se concluye que las leyes peruanas bajo las que se regirá la casa hospedaje ofrecen un panorama favorable para el desarrollo del proyecto.

### 2.1.1.2. Factores Económicos:

El Perú es uno de los países que está experimentando una mejora en sus balances macroeconómicos y en el plano internacional, la evolución de la economía mundial, durante el cuarto trimestre de 2009 según fuentes del BCRP, continuó mostrando una recuperación, luego de haberse registrado una caída importante en el primer trimestre de dicho año.

Al respecto, este año 2010 promete ser un año de mayor superávit externo y menor déficit fiscal. Esto dará al país una base más sólida sobre la cual crecer, y nos ayudará a afrontar el riesgo de una nueva crisis internacional desde una posición de relativa fortaleza, siempre que esta crisis no ocurra demasiado pronto.

Según BCR (Banco Central del Perú) la crisis se está despejando, por lo que se estima que el Producto Bruto Interno (PBI) de la región tendrá un crecimiento de 4.1% el 2010, lo que permitiría reducir la tasa de desempleo de 8.4% a 8.2%, es decir, unos 100 mil desempleados estarían colocándose en un puesto de trabajo.

También estimó que la inversión privada crecería 8.8% en el 2010 y 9% en el 2011, niveles por encima del promedio de la última década, con lo cual se convertiría en el impulsor del crecimiento económico en los próximos dos años. Así mismo la inversión pública para el 2010 de 15.6 a 22% debido a la mayor ejecución de obras que realizarán los gobiernos regionales y locales, señaló.

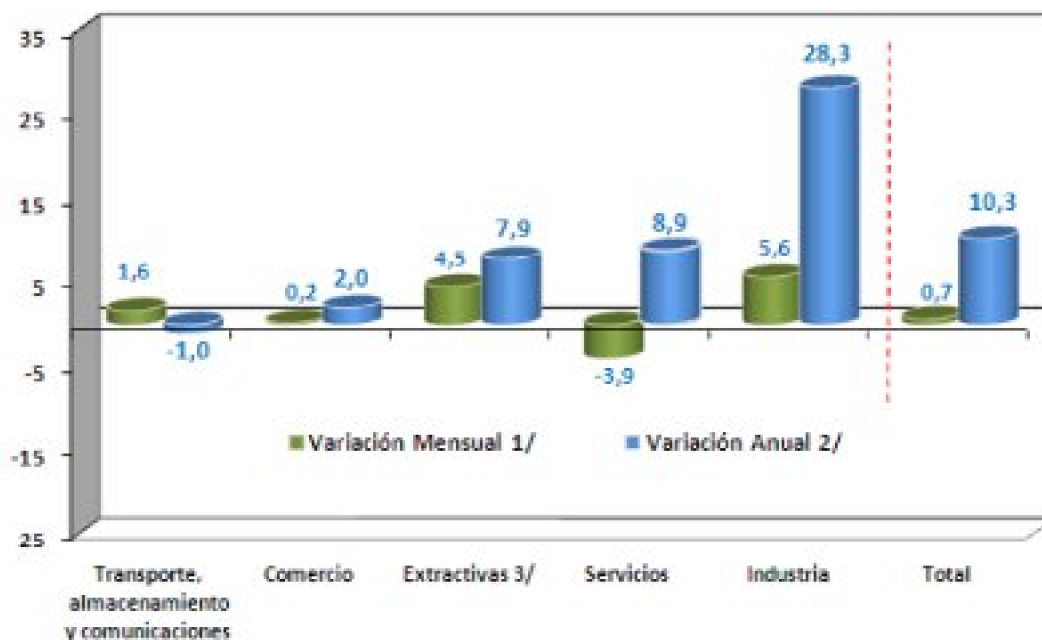
Hay que recordar que la mayor parte de la inversión pública está en las regiones y gobiernos locales y este año la inversión de gobiernos locales ha crecido 16.4% y se espera que aumente 18% el próximo.

Según la Cámara de Comercio de Lima (CCL), el presupuesto del Sector Público para este año fiscal 2010 relacionado a inversión pública asciende a 17,720 millones de nuevos soles, de los que el 62.4% se dirige al gobierno nacional, el 17% a los regionales y 20.6% a los locales. El mayor crecimiento de la economía durante este año 2010, será liderado por la inversión pública y la recuperación de la inversión privada.

El crecimiento del empleo en la rama de actividad industria, es explicado básicamente por el aumento, en la producción y envasado de alcachofa y espárrago (verde y blanco); así como también, por el incremento en la fabricación de estructuras metálicas y artículos de seguridad industrial como carpas y calzado, realizado para defensa civil y el ejército peruano.

Por su parte, el crecimiento del empleo en la rama de actividad servicios, se sustenta en primer lugar, por el empleo generado en la subrama enseñanza, particularmente por el inicio del primer y segundo semestre académico en universidades privadas en el periodo de análisis febrero 2009 - febrero 2010; en segundo lugar, por el empleo generado en la subrama servicios prestados a empresas, específicamente por el aumento de servicios de tercerización a supermercados; finalmente, la subrama restaurantes y hoteles, contribuyó al crecimiento anual del empleo en febrero, debido al aumento en la producción y venta de comida rápida y alimentos preparados.

CIUDAD DE TRUJILLO: VARIACION MENSUAL Y ANUAL DEL EMPLEO POR RAMA DE ACTIVIDAD ECONOMICA EN EMPRESAS PRIVADAS DE 10 Y MÁS TRABAJADORES, FEBRERO 2010 (Porcentaje)



1/ Es la variación del número de trabajadores en el mes indicado en comparación con el mes anterior.

2/ Es el variación porcentual en el mes indicado en comparación con el mismo mes del año anterior.

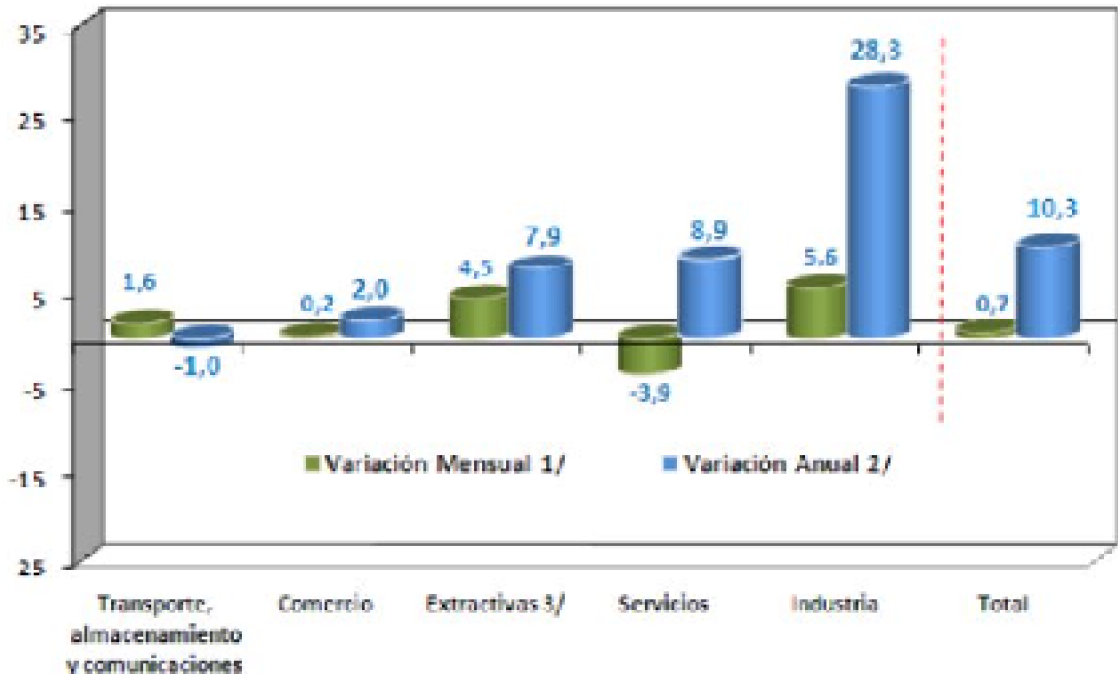
3/ Incluye a las subramas de actividad económica agricultura y minería.

Fuente: MTPE - Encuesta Nacional de Variación Mensual del empleo (ENVME)

Elaboración: SIR - OSEL La Libertad

GRAFICO N° 01

CIUDAD DE TRUJILLO: VARIACION MENSUAL Y ANUAL DEL EMPLEO POR RAMA DE ACTIVIDAD ECONOMICA EN EMPRESAS PRIVADAS DE 10 Y MÁS TRABAJADORES, FEBRERO 2010 (Porcentaje)



1/ Es la variación del número de trabajadores en el mes indicado en comparación con el mes anterior.

2/ Es la variación porcentual en el mes indicado en comparación con el mismo mes del año anterior.

3/ Incluye a las subramas de actividad económica: agricultura y minería.

Fuente: MTPE - Encuesta Nacional de Variación Mensual del empleo (ENVME)

Elaboración: SIR - OSEL La Libertad

Ante ello, podemos decir que el crecimiento económico esperado, es un factor importante y favorable para el desarrollo del proyecto.

### 2.1.1.3 Factores Políticos:

En el Perú se ha producido un evidente deterioro en el ámbito de la seguridad interna: en el caso de la Policía Nacional, en 1985 el Perú tenía unos 120 mil efectivos; 21 años después, a fines del 2006, existían más de 27 millones de peruanos pero sólo se cuenta con unos 92 mil policías. En definitiva, se produjo una disminución de 23.3% en la cantidad de efectivos policiales, mientras que la población aumentó en 29%. Peor todavía, de esos 92 mil, únicamente 15 mil efectivos están dedicados a la seguridad ciudadana diariamente, dada la actual distribución de personal.

Otros indicadores escalofriantes provienen de la inseguridad ciudadana por el caótico sistema de transporte vehicular en Lima y en el interior del Perú, el cual parece haber colapsado. Esto se da debido a la débil fiscalización del gobierno central, los gobiernos

regionales y las municipalidades sobre el transporte vehicular; en un contexto donde no existe un plan nacional de seguridad vial ni un sistema de información centralizado sobre el tema.

Igualmente, en el Perú, liderado actualmente por el Partido Aprista Peruano, se mantienen políticas que promueven el desarrollo de la Micro y Pequeña Empresa y las Iniciativas Empresariales, a fin de contribuir a la generación de empleo digno y mejorar las condiciones de vida de la población, este es el caso del Programa “Perú Emprendedor” del Ministerio de Trabajo y Promoción de Empleo y la creación de La Nueva Ley Mype N° 29157, que es una ley integral que no sólo regula el aspecto laboral sino también los problemas administrativos, tributarios y de seguridad social que por más de 30 años se habían convertido en barreras burocráticas que impedían la formalización de este importante sector de la economía nacional.

Según el Gobierno el Tratado de Libre Comercio (TLC) en nuestro país basó nuestra solidez económica en la inversión privada, minería, comunicaciones y hotelería; tal es así que el éxito del país en materia económica, vistos con admiración y afecto en el exterior, demuestran que es la hora del Perú y es un gran momento que no debemos desperdiciar.

A lo que se suman los TLC que son nuestra seguridad para los próximos años, la inversión privada en la compra de bienes de capital, minería, telefonía, comunicaciones y hotelería por primera vez más del 80% de todo lo que exportamos está garantizado legalmente por tratados internacionales que son de cumplimiento obligatorio para nuestros socios en el exterior. Al mencionar el TLC con la Unión Europea, China, Canadá, entre otros, y agregar también la inversión de 58 mil millones de soles, a través de municipios, gobiernos regionales y ministerios en infraestructura.

Según el Ministro de Comercio Exterior y Turismo anuncio la existencia de proyectos de inversión hotelera, de diferentes niveles, por 1,000 millones de dólares en todo el país y en manos del sector privado, también manifestó que los proyectos en infraestructura turística ofrecen elevados niveles de rentabilidad de entre 14 y 15 por ciento anual.

Finalmente las inversiones hoteleras según informo la Sociedad Hoteles del Perú (SHP) en el período 2009 – 2010 suman 414.6 millones de dólares en Perú, entre remodelaciones, construcciones nuevas y puestas de valor de locales con alto valor arqueológico nos ofrece un panorama alentador a la creación de empresa, lo cual beneficiará al desarrollo del proyecto.

#### **2.1.1.4 Factores Demográficos:**

Según los resultados del INEI del Censos Nacionales 2007-XI Población y VI de Vivienda, el Departamento de la Libertad, con 1 millón 617 mil 050 habitantes, se encuentra dentro de los cinco departamentos con mayor población del Perú (*Ver Gráfico N°02*); en donde 50,6% (818 mil 227 Hab.) de esta población pertenecen al sexo femenino y 49,4% (798 mil 823 Hab.) al masculino.



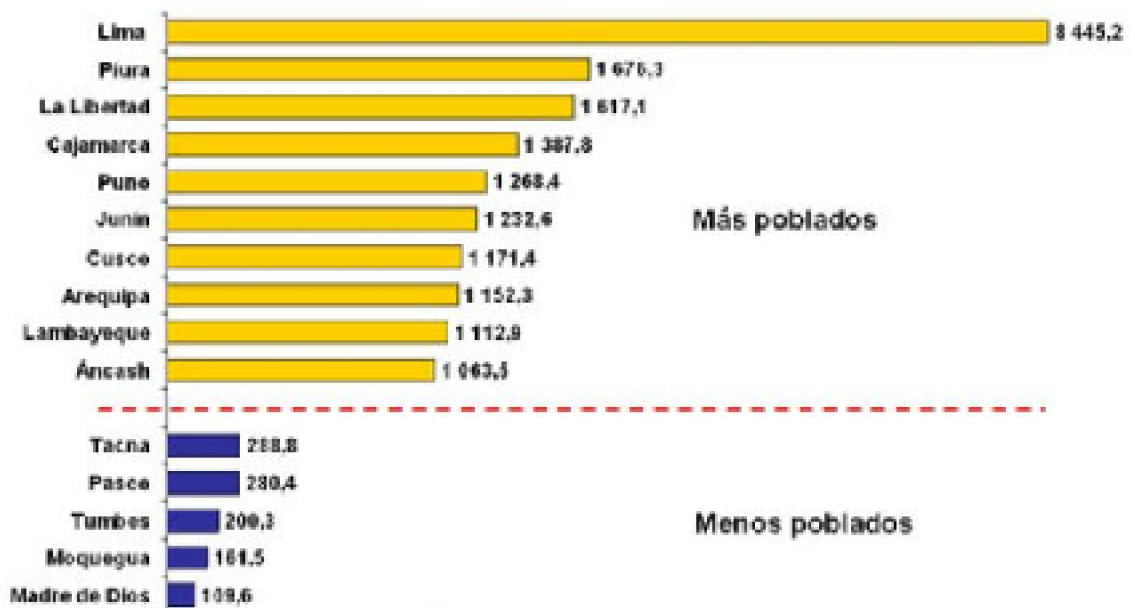
**PERÚ: DEPARTAMENTOS CON MAYOR Y MENOR POBLACIÓN, 2007**  
(Miles de habitantes)



FUENTE: INEI – Censos Nacionales 2007: XI de Población y VI de Vivienda.

GRAFÍCO Nº 02

**PERÚ: DEPARTAMENTOS CON MAYOR Y MENOR POBLACIÓN, 2007**  
(Miles de habitantes)



FUENTE: INEI – Censos Nacionales 2007: XI de Población y VI de Vivienda.

Según datos del Censo Nacional 2007 Pacasmayo cuenta con una población de 25.210 habitantes, según estadísticas del INEI.

Según género el 48.86% (12,762) son hombres y el 51.14% (13,356) son mujeres.

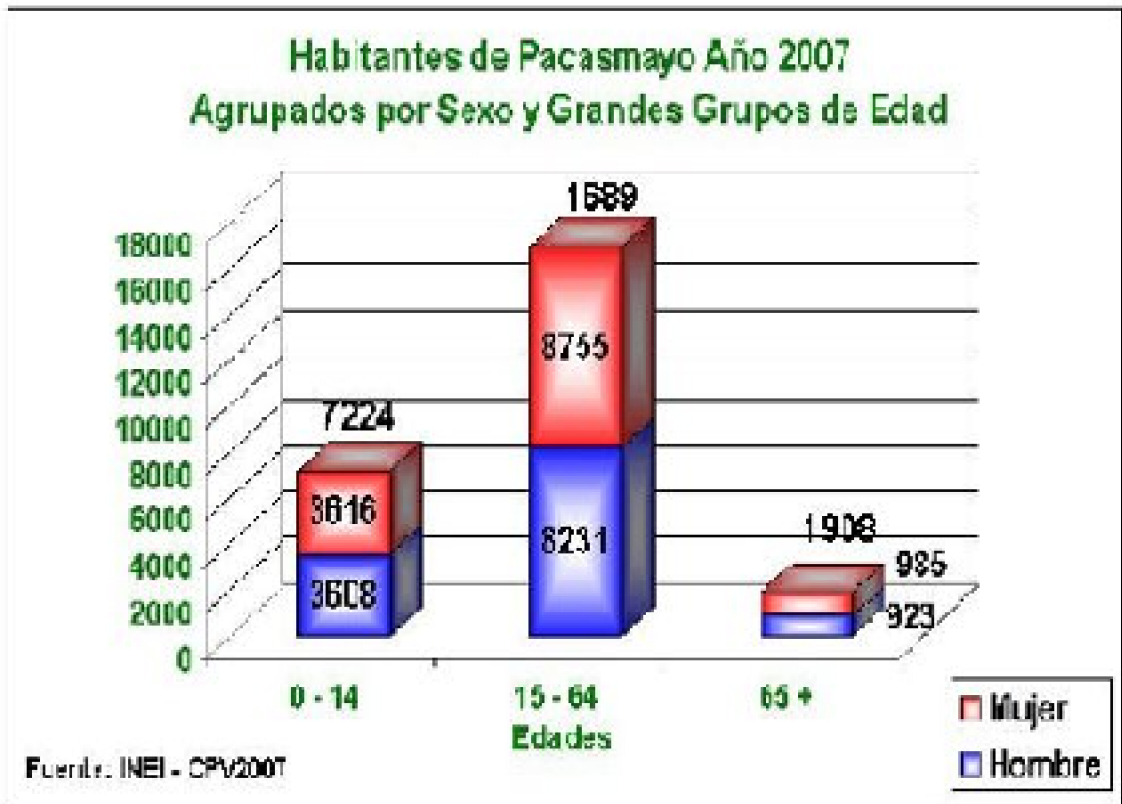
La población de 0 a 14 años representa el 27.66% de la población (7,224 habitantes);

entre 15 y 64 años, el 65.04% de la población (16,986 habitantes) y de 65 a más años, el 7.31% de la población (1,908 habitantes).



GRAFÍCO Nº 03

**Habitantes de Pacasmayo Año 2007 Agrupados por Sexo y Grandes Grupos de Edad**



**Habitantes de Pacasmayo Año 2007 Agrupados por Sexo**



GRAFICO Nº 04



#### 2.1.1.5 Factores Climáticos:

El Perú cuenta con un clima variado pero con estaciones marcadas. En el departamento de La Libertad se considera temporada alta entre los meses de mayo a setiembre, mostrándose un invierno con días fríos y nublados.

La provincia de Pacasmayo muestra un clima templado y saludable, las lluvias son mínimas, generalmente se presentan entre los meses de diciembre a marzo. El viento sopla de sur a norte con una velocidad mínima de 15m/seg, y en el mes de mayo a setiembre está llegando a la velocidad máxima de 20m/seg., su humedad es de 73%.

La época de lluvias se presenta en la estación de verano cuando hay presencia del fenómeno del niño.

La presencia posible de este fenómeno natural recién lo sabremos en esta estación de invierno, pues por ser de características frías veremos si el calentamiento registrado en la superficie marina se mantiene o no.

El presidente ejecutivo del Senamhi, Wilar Gamarra, exhortó a las autoridades regionales y municipales, principalmente del norte del país, a no descuidar la limpieza de los cauces de los ríos, al margen de que se presente o no El Niño, para evitar desbordes que afecten a la población.

Finalmente el fenómeno el niño se caracteriza por sus lluvias de gran intensidad, sobre todo en el norte del país, pero aun no hay pruebas que demuestren que el cambio climático afectara la frecuencia o a la intensidad de estos fenómenos y se podría concluir que factores climáticos se muestran favorables para la implementación del proyecto.

## **2.1.2 Microentorno:**

---

### **2.1.2.1 Clientes potenciales:**

Está constituido por la población del Departamento de La Libertad, así como el turismo receptivo, tanto nacional como extranjero que arriba a la provincia de Pacasmayo.

### **2.1.2.2 Consumidores:**

Esta conformados por turistas que arriben a la provincia de Pacasmayo, que gustan de la tranquilidad, seguridad, brindando al cliente cero riesgos y cero dudas en el servicio, accesibilidad para dar un excelente servicio y para eso debemos tener varias vías de contacto con el cliente (buzones de sugerencias, quejas y reclamos) cortesía, simpatía, respecto y amabilidad del personal, climas alegres, templados que permita gozar del ambiente sin sufrir ninguna queja, un día soleado, mar tranquilo y poco profundo lindo para estar en la bahía y hacer deporte, degustar de sus platos típicos y sobre todo que necesite el servicio de hospedaje para hacer de su estadía más agradable. Dichas personas están en busca de una atención y buen servicio, que satisfaga las necesidades y gustos de cada uno de ellos, a un precio adecuado al valor del servicio y que debe estar en relación con lo que ofrece la competencia.

### **2.1.2.3 Competencia:**

Actualmente existen competencias directas e indirectas. Entre los competidores directos se podrían identificar:

N°	Nombre	Dirección
1	HOTEL "PAKATNAMU"	MALECÓN GRAU N° 101-103
2	HOTEL "LA ESTACIÓN"	MALECÓN GRAU N° 69
3	HOTEL " COSTA DORADA"	CALLE JUNIN N° 04
4	HOTEL "VILLA DEL MAR"	JR. JUNÍN N° 25-27-29
5	HOSTAL "PERÚ"	JR. JUNÍN N° 48
6	HOSTAL "LAS OLAS"	JR. JUNÍN N° 12-13
7	HOSTAL "DA VINCI"	JR. MANCO CAPAC N° 29
8	HOSTAL "DUKE KAHANAMOKU"	JR. AYACUCHO N° 44
9	CASA HOSPEDAJE	JR. DOS DE MAYO N° 35-37

TABLA N° 01 COMPETENCIA DIRECTA

#### 2.1.2.4 Proveedores:

Los proveedores a elegir serán básicamente empresas que se dedican a la venta de todo tipo de artefactos eléctricos, muebles y enseres, abarrotes, mobiliario, electrodomésticos, equipo y sonidos, etc.; además de escritorios y mesas de madera para la atención del mismo; entre otros, cortinas, menajes, cuadros, bebidas, seguridad, accesorios y más.

#### 2.1.2.5. Barreras de Entrada y Salida

No existen impedimentos legales o de cualquier otro tipo para llevar a cabo el presente proyecto, del mismo modo al momento que se opte por dar por concluida la actividad económica de la Casa Hospedaje, no se presenta ninguna barrera de salida.

## 2.2 Investigación de mercado:

### 2.2.1 Segmentación:

---

Nuestro segmento de mercado son turistas nacionales y extranjeros entre <16 y >57 años

de edad, que visitan la provincia de Pacasmayo, y que estén dispuestos a recibir el servicio de casa hospedaje “El Encanto”.

El criterio de segmentación utilizado corresponde a proyección del número de arribos a la provincia de Pacasmayo 2010.

Según MINCETUR y/o BABATUR con información disponible del turismo esperado 2010 el total de turistas nacionales 2.438.292 el cual 34.7% tienen como destino el departamento de La Libertad y el 1.7% tienen como destino la Provincia de Pacasmayo.

El resultado es de 42.404 turistas visitarían anualmente la provincia de Pacasmayo, por medio del turismo y el cuál el proyecto tendría la posibilidad de brindarles sus servicios.

### 2.2.2. Definición del Cliente Potencial:

AÑO	Turismo Nacional	Turismo La Libertad	Turismo Pacasmayo	Resultado
2010	2.438.292	846.601	42.404	42.404
%	100.00%	34,7%	1,7%	

Elaboración propia

CUADRO N° 01 SEGMENTACIÓN DE MERCADO (EN TURISTAS)

AÑO	Turismo Nacional	Turismo La Libertad	Turismo Pacasmayo	Resultado
2010	2.438.292	846.601	42.404	42.404
%	100.00%	34,7%	1,7%	

Elaboración propia

Los tipos de usuario a los que apunta el proyecto son: Turistas nacionales y extranjeros, que acuden a visitar las playas y centros turísticos que se encuentran en dicha zona.

Dentro de algunos subgrupos se tendría:

- Jóvenes aventureros, surfistas, mochileros.
- Familias que buscan un momento de relax en épocas de vacaciones.
- Parejas que buscan un lugar seguro para descansar y conocer la zona.
- Señores de la Tercera edad que están en constante contacto con la naturaleza.
- Estudiantes que gustan de historia y arqueología.
- Investigadores.

### 2.2.3 Fuentes de Información:

Fuentes primarias:

- Encuestas a los clientes potenciales. (Ver Anexo N° 1 - Modelo de Encuesta).

Fuentes secundarias:

- Ministerio de Comercio Exterior y Turismo – MINCETUR.
- Promoción del Desarrollo Turístico Nacional –PROMPERÚ
- Organización Mundial del Turismo – OMT
- Instituto Nacional de Estadística e informática – INEI.
- Agencias de Viaje y Turismo.
- Cámara de Comercio de Pacasmayo

## **2.2.4 Metodología a Emplear:**

---

*Investigación Cuantitativa:*

Con el objetivo de conocer y analizar las preferencias, opiniones y expectativas de los clientes potenciales, se ha diseñado una encuesta aplicada a una muestra de 244 *turistas* entre turistas nacionales y extranjeros que vendría a ser:

<b>T. Extranjeros</b>	<b>T. Nacionales</b>	<b>Total</b>
<b>26.244</b>	<b>16.160</b>	<b>42,404</b>

Fuente: Camara de Comercio de Trujillo

Elaboración: Elaboración Propia

### **CUADRO N° 02 ESTRATIFICACIÓN DE LOS TURISTAS**

De acuerdo a la clasificación se ha tomado 151 encuestas a ser aplicadas a turistas extranjeros, esto hace un porcentaje del 62% y 93 encuestas a turistas nacionales esto hace un porcentaje de 38% del total.



$$n = \frac{z^2 * p * q * N}{e^2 (N-1) + z^2 p * q}$$

n= tamaño de la muestra

z= valor estadístico asociado a un nivel de confianza del 95% (1.96)

p= probabilidad de aceptación del estudio (80%)

q= probabilidad de rechazo del estudio (20%)

N= población (42.404)

e= margen de error 5%

$$n = \frac{(1.96)^2 * (0.80) * (0.20) (42.404)}{(0.05)^2 (42.404-1) + (1.96)^2 (0.80) (0.20)}$$

**n= 244 Turistas encuestados**

## 2.2.5 Análisis de la Demanda:

### 2.2.5.1 Servicio:

Se aprovechará la ubicación estratégica frente a la plaza de armas de Pacasmayo, se tendrá una vista panorámica la cual le brindará al cliente una sensación de relajación y tranquilidad.

El proyecto contará con infraestructura acorde con materiales propios de la zona y con el tiempo un mobiliario diseñado especialmente para brindar todas las comodidades al usuario.

La atención se hará con estándares de calidad y excelencia, brindado por personal debidamente capacitado.

### 2.2.5.2. Demanda Histórica y Actual:

Respecto al servicio de hospedajes, en la actualidad, existen fuentes formales en las cuales se registraron información *histórica* sobre la demanda de los mismos.

Con el fin de obtener la *demanda actual*, de inicio como se hizo mención anteriormente en el (ítem 3.2.1 Segmentación); se ha realizado una proyección del número de arribos de turistas esperado 2010 a la Provincia de Pacasmayo.

Estudio de pre - factibilidad para la implementación de casa hospedaje “El Encanto” en la provincia de Pacasmayo, 2010

LA LIBERTAD - PROYECCIÓN DEL NÚMERO DE ARRIBOS POR PROVINCIA (2006-2016)									
AÑO	ARRIBOS RECEPCIÓN	CENTRO TURÍSTICO	ÁREA DE INFLUENCIA						
			FUERA DE ESTUDIO	TOTAL	ASCOPE	OTUSCO	PACAS-MAYO	ALCANTARA CARRIÓN	YNO
2006	700 044	490 401	77 071	133 122	33 331	22 747	33 231	33 231	11 094
2007	749 991	521 055	82 253	142 219	35 552	23 709	35 552	35 552	11 951
2008	798 685	557 879	87 835	151 370	37 843	25 228	37 843	37 843	12 614
2009	844 705	591 254	92 918	160 496	40 123	26 749	40 123	40 123	13 374
2010	892 736	624 008	98 200	169 618	42 404	28 370	42 404	42 404	14 135
2011	940 746	658 522	103 482	178 742	44 685	29 790	44 685	44 685	14 895
2012	988 766	692 136	108 764	187 865	46 966	31 311	46 966	46 966	15 655
2013	1 036 787	725 751	114 047	196 989	49 247	32 832	49 247	49 247	16 416
2014	1 084 807	759 365	119 329	206 113	51 528	34 352	51 528	51 528	17 176
2015	1 132 828	792 979	124 611	215 237	53 809	35 873	53 809	53 809	17 936
2016	1 180 848	826 594	129 893	224 361	56 090	37 394	56 090	56 090	18 697

Fuente: Cámara de Comercio de Trujillo

IMAGEN N° 02 LA LIBERTAD: PROYECCIÓN DEL NÚMERO DE ARRIBOS POR PPROVINCIA (2006-2016)

LA LIBERTAD - PROYECCIÓN DEL NÚMERO DE ARRIBOS POR PROVINCIA (2006-2016)									
AÑO	ARRIBOS REGION	CENTRO TURÍSTICO	ÁREA DE INFLUENCIA						
			FUERA DE ESTUDIO	TOTAL	AGOOPE	OTUCO	PACAS-BAJO	SANJOSE SARRIO	YPS
2006	700 694	600 401	77 071	100 022	33 001	22 187	33 231	33 201	11 034
2007	719 661	581 045	93 253	112 269	35 002	23 799	35 032	35 002	11 951
2008	738 635	557 670	87 635	151 379	37 843	25 238	37 843	37 843	12 614
2009	844 705	531 094	92 018	160 494	40 123	26 743	40 123	40 123	13 074
2010	892 736	624 005	98 200	169 618	42 404	28 270	42 404	42 404	14 135
2011	940 746	608 023	103 432	178 742	44 605	29 793	44 605	44 605	14 885
2012	988 766	602 136	108 784	187 868	46 066	31 311	46 066	46 066	15 655
2013	1036 787	725 351	114 047	196 988	48 247	32 832	48 247	48 247	16 416
2014	1084 807	758 565	119 329	206 113	50 028	34 352	50 028	50 028	17 176
2015	1 132 828	792 779	124 611	215 237	51 809	35 875	51 809	51 809	17 936
2016	1 180 849	826 994	129 893	224 361	53 090	37 394	53 090	53 090	18 697

Fuente: Cámara de Comercio de Trujillo

Posteriormente, se ha seguido el siguiente proceso de acuerdo a los resultados obtenidos en las encuestas (Anexo N° 01, Pregunta 8) para obtener el total en número la frecuencia del uso del servicio

FRECUENCIA DE USO DEL SERVICIO			
DETERMINACIÓN LOCAL		PESO	
Frecuencia Uso / Días	Cantidad	Peso	Factor
2	87	36%	0,71
3	104	43%	1,28
4	27	11%	0,44
5	19	8%	0,39
6	7	3%	0,17
<b>Total</b>	<b>244</b>	<b>100%</b>	<b>3,00</b>
<b>Frecuencia Calculada:</b>			<b>3</b>

Elaboración Propia

CUADRO N° 03 FRECUENCIA DE USO DEL SERVICIO

**2.2.5.3 Variables que afectan la demanda:**

Calidad:

La calidad es un aspecto fundamental en la determinación de la demanda, constituyendo la plataforma para desarrollar actividades, procesos y procedimientos, encaminados a lograr que las características del servicio cumplan con los requisitos del cliente, es decir, sean óptimos, esto significa que dentro del mercado la empresa que diferencia más su servicio será la que generará un crecimiento mayor en la demanda.

Preferencias:

La preferencia se refiere en saber qué es lo que el cliente necesita y espera del servicio que ofrecemos, es recomendable hacerle algunas preguntas que reflejen nuestro interés por conocer lo que busca o necesita, esto servirá para que se pueda generar un crecimiento en la cantidad demandada si es que las preferencias de los consumidores predisponen a utilizar el servicio de hospedaje.

Políticas de Gobierno:

Una de las políticas que viene implementando el Gobierno es la promoción del turismo, dictando dispositivos como feriados largos a fin de incentivar esta actividad. Definitivamente mejores políticas gubernamentales generarían una expansión de este sector.

**2.2.5.4. Demanda Proyectada:**

Para la proyección de la demanda de la Casa Hospedaje en el año 0 al año 5, se ha tomado como referencia el promedio total de permanencia de los turistas en días en los establecimiento de hospedaje en la provincia de Pacasmayo esto es multiplicado por el resultado de la llegada de turistas nacionales y extranjeros a Pacasmayo según turismo esperado 2010(*ítem 3.2.1 Segmentación – Cuadro N°01*):

PROMEDIO DE PERMANENCIA DE LOS TURISTAS, EN DÍAS  
Dpto. La Libertad - Prov. Pacasmayo

	2005	2006	2007	2008	2009	Promedio
Permanencia	1,11	1,25	1,32	1,33	1,40	1,30

Fuente: MINEC/UR - Dirección General de Migraciones y Naturalización (disemin)

CUADRO N° 04 PROMEDIO DE TURISTAS NACIONALES Y EXTRANJEROS EN PERNOTACIONES EN PACASMAYO

PROMEDIO DE PERMANENCIA DE LOS TURISTAS, EN DÍAS  
Dpto. La Libertad - Prov. Pacasmayo

	2005	2006	2007	2008	2009	Promedio
Permanencia	1,11	1,25	1,32	1,33	1,40	1,30

Fuente: MINEC/UR - Dirección General de Migraciones y Naturalización (disemin)

(En millones de dólares)	2010	2011	2012	2013	2014	2015
<b>Año</b>	<b>00</b>	<b>01</b>	<b>02</b>	<b>03</b>	<b>04</b>	<b>05</b>
<b>Total</b>	55.040	58.532	58.064	59.636	61.254	62.514
Elaboración propia						
Fuente: MINCETUR						
<b>Creci. Del Turismo 2,71%</b>						

**CUADRO N° 05 DEMANDA PROYECTADA A 5 AÑOS**

(En millones de dólares)	2010	2011	2012	2013	2014	2015
<b>Año</b>	<b>00</b>	<b>01</b>	<b>02</b>	<b>03</b>	<b>04</b>	<b>05</b>
<b>Total</b>	55.040	58.532	58.064	59.636	61.254	62.514
Elaboración propia						
Fuente: MINCETUR						
<b>Creci. Del Turismo 2,71%</b>						

## 2.2.6 Análisis de la Oferta:

### 2.2.6.1 Identificación de la Competencia:

Se identificaron 36 empresas operadoras que brindan servicio de hospedaje y que su lugar de operación se encuentra ubicado en la provincia de Pacasmayo. Entre los competidores se muestra en la siguiente tabla:

ESTABLECIMIENTOS DE HOSPEDAJE EN PACASMAYO		
Nº	ESTABLECIMIENTO	DIRECCION
1	Hotel Pakatnamu	Malecon Grau Nº101-103
2	Hotel La Estación	Malecon Grau Nº 89
3	Hotel Costa Dorada	Jr. Junin Nº 04
4	Hotel Villa del Mar	Jr. Junin Nº 25-27-29
5	Hotel El Faro	Rivero del Mar La Perla
6	Hotel Diplomat	Jr. Daniel A. Carrón
7	Hotel Sol de Pacasmayo	José G. Manategui
8	Hotel Las Tejas	Pablo Gésedes
9	Hotel Cesar's Palaca	Leoncio Prado 1-A-3
10	Hostal Continental	Independencia Nº 27
11	Hostal Turismo Cupisnique	Jr. Adolfo King Nº 97
12	Hostal Libertad	Adolfo King Nº57
13	Hostal Las Olas	Jr. Junin Nº 12-13
14	Hostal Las Americas	Av. Caluide Nº 338
15	Hostal Plaza	Jr. La dialao Espinar Nº62
16	Hostal Costa Mar	Vta Evitamiento
17	Hostal El Refugio	
18	Hostal Da Vinci	Jr. Marco Caceres Nº 29
19	Hostal Dakar	Av. Valenzuela Nº 100
20	Hostal Bahía	Esquina Junin-A. King
21	Hostal El Cazador	A. Herrera Nº 14
22	Hostal El Mirador	A. Herrera Nº 11
23	Hostal Los Faroles	A.Herrera Nº 15
24	Hostal Perú	Jr. Junin Nº 48
25	Hostal Panamericano	Leoncio Prado
26	Hostal Pacasmayo	Callao 75
27	Hostal Duke Kahanamoku	Jr. Ayacucho Nº 44
28	Hostal San Francisco	Leoncio Prado 21-A
29	Hostal "Pacífico"	Espinar 137

TABLA Nº 02 IDENTIFICACIÓN DE LA COMPETENCIA



ESTABLECIMIENTOS DE HOSPEDAJE EN PACASMAYO		
Nº	ESTABLECIMIENTO	DIRECCION
1	Hotel Pakatnamu	Malecon Grau Nº101-103
2	Hotel La Estación	Malecon Grau Nº 89
3	Hotel Costa Dorada	Jr. Junin Nº 04
4	Hotel Villa del Mar	Jr. Junin Nº 25-27-29
5	Hotel El Faro	Riviera del Mar La Perla
6	Hotel Diplomat	Jr. Daniel A. Carrión
7	Hotel Sol de Pacasmayo	José C. Mariátegui
8	Hotel Las Tejas	Pablo Céspedes
9	Hotel Cesar's Palace	Leoncio Prado 1-A-3
10	Hostal Continental	Independencia Nº 27
11	Hostal Turismo Cupisnique	Jr. Adolfo King Nº 97
12	Hostal Libertad	Adolfo King Nº57
13	Hostal Las Olas	Jr. Junin Nº 12-13
14	Hostal Las Americas	Av. Cahulide Nº 336
15	Hostal Plaza	Jr. La dislao Espinar Nº52
16	Hostal Costa Mar	Vita Evillamiento
17	Hostal El Refugio	
18	Hostal Da Vinci	Jr. Manco Capac Nº 29
19	Hostal Dakar	Av. Valenzuela Nº 100
20	Hostal Bahía	Esquina Junin-A. King
21	Hostal El Cazador	A. Herrera Nº 14
22	Hostal El Mirador	A. Herrera Nº 11
23	Hostal Los Faroles	A Herrera Nº 15
24	Hostal Perú	Jr. Junin Nº 48
25	Hostal Panamericano	Leoncio Prado
26	Hostal Pacasmayo	Callao 75
27	Hostal Duke Kahanamoku	Jr. Ayacucho Nº 44
28	Hostal San Francisco	Leoncio Prado 21-A
29	Hostal "Pacífico"	Espinar 137

30	Hostal "Junco Marino"	
31	Hospedaje Sarmiento	Sarmiento 155
32	Hospedaje Misti	Elías Aguirre 25
33	Hospedaje "El Conquistador"	Mz A-Lote 12-C.El Milagro
34	Casa Huéspedes "Sol y Mar"	Sarmiento 112
35	Casa Hospedaje	Jr. Dos de Mayo Nº 35-37
36	Casa Hospedaje "Sol y Luna"	Jr. San José-La Palmera

Fuente: Camara de Comercio de la Provincia de Pacasmayo

Elaboración propia

30	Hostal "Junco Marino"	
31	Hospedaje Sarmiento	Sarmiento 155
32	Hospedaje Misti	Elías Aguirre 25
33	Hospedaje "El Conquistador"	Mz A-Lote12-C.El Milagro
34	Casa Huéspedes "Sol y Mar"	Sarmiento112
35	Casa Hospedaje	Jr. Dos de Mayo N° 35-37
36	Casa Hospedaje "Sol y Luna"	Jr. San José-La Palmera

Fuente: Cámara de Comercio de la Provincia de Pacasmayo

Elaboración propia

De los 36 empresas dedicadas a dar servicio de hospedaje en distintos rubros (Tabla N°2: Identificación de la Competencia), vendría a ser mi competencia directa 9 de ellas.

En cada una de los 9 servicios que ofrecerá el hospedaje se tiene una oportunidad de negocio al ofrecer más cordialidad y seguridad que actualmente no oferta la competencia.

Cada competidor tiene una o más áreas en la que ofrece un distinto servicio, por ello la calidad de nuestro servicio de Casa Hospedaje “El Encanto” será un factor crítico para el éxito del negocio.



Nº	Nombre	Dirección
1	HOTEL "PAKATNAMU"	MALECÓN GRAU N° 101-103
2	HOTEL "LA ESTACIÓN"	MALECÓN GRAU N° 69
3	HOTEL " COSTA DORADA"	CALLE JUNIN N° 04
4	HOTEL "VILLA DEL MAR"	JR. JUNÍN N° 25-27-29
5	HOSTAL "PERÚ"	JR. JUNÍN N° 48
6	HOSTAL "LAS OLAS"	JR. JUNÍN N° 12-13
7	HOSTAL "DA VINCI"	JR. MANCO CAPAC N° 29
8	HOSTAL "DUKE KAHANAMOKU"	JR. AYACUCHO N° 44
9	CASA HOSPEDAJE	JR. DOS DE MAYO N° 35-37

Fuente: Camara de Comercio

Elaboración: Elaboración Propia

*TABLA N° 03 LISTA DE COMPETIDORES*

### 2.2.6.2 Oferta Histórica Presente:

De acuerdo a la clasificación ocho de ellas están dentro de la Clasificación Industrial Internacional Uniforme – CIIU, a la cuenta: 5511 Alojamiento En "Hoteles", "Hostales" Y "Apartahoteles" y solo uno de ellos está inmerso en el sector de servicios, hospedajes, dentro de la – CIIU, que le corresponde la clasificación: H 5510 04 Servicio de hospedaje en casas de huéspedes.

A continuación en la tabla n°4, podemos observar el número de servicios (plazas-cama) que ofrecen los competidores directos de Casa Hospedaje y la oferta anual presente.

Nombre	Dirección	Total de N° Habitaciones	Total de N° de plaza cama
HÓTEL "PAKATNAMU"	MALECON GRAU N° 101-103	15	39
HÓTEL "LA ESTACIÓN"	MALECON GRAU N°69	15	35
HÓTEL "COSTA DORADA"	CALLE JUNIN N° 04	10	16
HOSTAL "PERÚ"	JR. JUNÍN 35	9	13
HÓTEL "VILLA DEL MAR"	JR. JUNÍN N° 25-27-29	9	17
HOSTAL "LAS OLAS"	JR. JUNÍN N° 12-13	5	7
HOSTAL "DA VINCE"	JR. MANCO CAPAC N°29	8	17
CASA HOSPEDAJE	JR. DOS DE MAYO N° 35-37	7	12
HOSTAL "DUKE KAHANAMOKU"	JR. AYACUCHO N° 44	15	35
<b>TOTAL</b>		<b>93</b>	<b>191</b>

Elaboración propia

**TABLA N° 04 NÚMERO DE SERVICIOS DE PLAZAS-CAMA DE LOS COMPETIDORES**

PROYECTO	HÓTEL "PAKATNAMU"	HÓTEL "LA ESTACIÓN"	HÓTEL "COSTA DORADA"	HÓTEL "VILLA DEL MAR"	HOSTAL "PERÚ"	HOSTAL "LAS OLAS"	HOSTAL "DA VINCE"	HOSTAL "DUKE KAHANAMOKU"	CASA HOSPEDAJE
Plazas -Cama Mueve	1.170	1.830	480	918	360	216	918	1.080	360
Plazas -Cama Agua	14.043	12.600	5.760	6.756	4.680	2.592	6.120	13.680	4.320
<b>Oferta Anual Presente</b>	<b>88.761</b>								

Elaboración Propia

**CUADRO N° 06 OFERTA PRESENTE**

SERVICIO	HÓTEL "PAKATNAMU"	HÓTEL "LA ESTACIÓN"	HÓTEL "COSTA DORADA"	HÓTEL "VILLA DEL MAR"	HOSTAL "PERÚ"	HOSTAL "LAS OLAS"	HOSTAL "DA VINCE"	HOSTAL "DUKE KAHANAMOKU"	CASA HOSPEDAJE
Plazas -Cama Mueve	1.170	1.830	480	918	360	216	918	1.080	360
Plazas -Cama Agua	14.043	12.600	5.760	6.756	4.680	2.592	6.120	13.680	4.320
<b>Oferta Anual Presente</b>	<b>88.761</b>								

Elaboración Propia

### 2.2.6.3 Variables que Afectan la Oferta:

#### **Incremento de la competencia:**

A mayor número de empresas que ofrezcan un servicio igual o similar a una casa hospedaje, ocasionaría el incremento de la oferta, pudiendo ser esto un motivo de reducción de requerimiento de nuestros servicios y por ende reduciendo nuestros

ingresos.

**Incremento de la actividad económica:**

Ante un crecimiento económico, aumenta la productividad, y por lo tanto la sociedad puede disfrutar de mayor cantidad de bienes y servicios por personas. Asimismo, aumenta el empleo, lo que incrementa el poder adquisitivo de las personas y su disponibilidad a hacer uso de servicios; por ende, esto influiría de manera positiva en el crecimiento y desarrollo de la Casa Hospedaje ya que, generaría mayores ingresos a la misma lo que permitiría a su vez poder hacer mayores inversiones para ofertar mas servicios.

**Mejora de los servicios públicos:**

Con la presencia de servicios básicos y de telecomunicación, se abren las posibilidades de implementar otros negocios. Así mismo esto permitiría la ampliación del presente proyecto, con la finalidad de mejorar nuestro servicio.

**2.2.6.4 Oferta Projectada:**

En el cuadro podemos observar la oferta proyectada se estimó en base a un estudio de la capacidad instalada de los siguientes hospedajes.

	2010	2011	2012	2013	2014	2015
<b>Año</b>	<b>00</b>	<b>01</b>	<b>02</b>	<b>03</b>	<b>04</b>	<b>05</b>
<b>Total</b>	<b>68.760</b>	<b>73.573</b>	<b>78.723</b>	<b>84.234</b>	<b>90.130</b>	<b>96.439</b>

Elaboración Propia

**CUADRO N° 07 OFERTA PROYECTADA A 5 AÑOS**

	2010	2011	2012	2013	2014	2015
<b>Año</b>	<b>00</b>	<b>01</b>	<b>02</b>	<b>03</b>	<b>04</b>	<b>05</b>
<b>Total</b>	<b>68.760</b>	<b>73.573</b>	<b>78.723</b>	<b>84.234</b>	<b>90.130</b>	<b>96.439</b>

Elaboración Propia

**2.2.7 Deducción del Mercado Meta:**

**2.2.7.1. Mercado Projectado (Potencial – Disponible – Efectivo)**

Mercado Potencial

El mercado potencial consta del total esperado de turistas para 2010, multiplicado por el total del promedio de pernотaciones de los turistas en días en la provincia de Pacasmayo.

(En número de servicios al Año)	2010	2011	2012	2013	2014	2015
	<b>00</b>	<b>01</b>	<b>02</b>	<b>03</b>	<b>04</b>	<b>05</b>
<b>Mercado Potencial</b>	<b>55.040</b>	<b>56.532</b>	<b>58.064</b>	<b>59.538</b>	<b>61.254</b>	<b>62.914</b>

Fuente: MINCETUR

Elaboración Propia

CUADRO N° 08 DEDUCCIÓN DEL MERCADO POTENCIAL

(En número de servicios al Año)	2010	2011	2012	2013	2014	2015
	00	01	02	03	04	05
<b>Mercado Potencial</b>	35,040	56,532	58,064	59,638	51,254	62,914

Fuente: MINCETUR

Elaboración Propia

#### Mercado Disponible

El mercado disponible se obtiene deduciendo el 60% del mercado potencial (Ver Anexo N° 1 – Pregunta 2.1). Esta estimación se ha realizado en base a los resultados obtenidos en la encuesta que nos reflejaron ese índice, de los turistas que hacen uso del servicio.

(En número de servicios al Año)	2010	2011	2012	2013	2014	2015
	00	01	02	03	04	05
<b>Mercado Disponible</b>	60%	33,919	34,838	35,783	36,752	37,748

Elaboración Propia

CUADRO N° 09 DEDUCCIÓN DEL MERCADO DISPONIBLE

(En número de servicios al Año)	2010	2011	2012	2013	2014	2015
	00	01	02	03	04	05
<b>Mercado Disponible</b>	60%	33,919	34,838	35,783	36,752	37,748

Elaboración Propia

#### Mercado Efectivo

El mercado efectivo está conformado por el 79% del mercado disponible que estarían interesados en el servicio que les ofreceremos. Este índice se ha obtenido por medio de los resultados de la encuesta realizada.

(En número de servicios al Año)	2010	2011	2012	2013	2014	2015
	00	01	02	03	04	05
<b>Mercado Efectivo</b>	79%	26,796	27,522	28,268	29,034	29,821

CUADRO N° 10 DEDUCCIÓN DEL MERCADO EFECTIVO

(En número de servicios al Año)	2010	2011	2012	2013	2014	2015
	00	01	02	03	04	05
<b>Mercado Efectivo</b>	79%	26,796	27,522	28,268	29,034	29,821

### 2.2.7.2. Mercado Meta u Objetivo

De acuerdo a estas estimaciones se concluye que el mercado objetivo, se deduce del factor respecto al efectivo donde se considera la capacidad instalada del proyecto, el cual ha sido calculado en un 19% del total del mercado objetivo, lo que arroja un resultado de 5,091 servicios para el primer año y 5,666 servicios para el quinto año. Como se puede observar en el año 5 nuestra demanda es menor a la capacidad que está dispuesta a ofrecer nuestros servicios que es de 9720 pernотaciones por año, lo cual es favorable para nuestro proyecto.

	2010	2011	2012	2013	2014	2015
	00	01	02	03	04	05
<b>Mercado Meta</b>	19%	5,091	5,229	5,371	5,517	5,666

Elaboración Propia

**CUADRO N° 11 DEDUCCIÓN DEL MERCADO META**

	2010	2011	2012	2013	2014	2015
	00	01	02	03	04	05
<b>Mercado Meta</b>	19%	5,091	5,229	5,371	5,517	5,666

Elaboración Propia

## 2.3 Análisis de la Comercialización:

### 2.3.1 Marketing Mix Usado por la Competencia

#### 2.3.1.1 Producto:

En la actualidad los servicios que se vienen ofreciendo alojamiento se sitúan en la provincia de Pacasmayo, tienen los siguientes servicios:

Nombre	Dirección	Servicios	Otros servicios
HOTEL "PAKATNAMU"	MALECÓN GRAU N° 101-103	Comedor: SI Cafetería o bar: SI Sala de conferencias: NO Sala de recepción: SI Aire acondicionado, calefacción: SI (20 soles diario)	- Cable TV - Frigo bar - Internet - Garaje - Lavandería - Room Service
HOTEL "LA ESTACIÓN"	MALECÓN GRAU N° 69	Comedor: SI Cafetería o bar: SI Sala de conferencias: SI Sala de recepción: SI Aire acondicionado, calefacción: NO	- Cable TV - Frigo bar - Internet - Teléfono - Garaje - Room Service
HOTEL "COSTA DORADA"	CALLE JUNIN N° 04	Comedor: NO Cafetería o bar: NO Sala de conferencias: NO Sala de recepción: SI Aire acondicionado, calefacción: NO	- Cable TV - Frigo bar - Internet - Teléfono

TABLA N° 05 PRODUCTO DE LA COMPETENCIA

Nombre	Dirección	Servicios	Otros servicios
HOTEL "PAKATNAMU"	MALECÓN GRAU N° 101-103	Comedor: SI Cafetería o bar: SI Sala de conferencias: NO Sala de recepción: SI Aire acondicionada, calefacción: SI (20 soles diario)	- Cable TV - Frigo bar - Internet - Garaje - Lavandería - Room Service
HOTEL "LA ESTACIÓN"	MALECÓN GRAU N° 69	Comedor: SI Cafetería o bar: SI Sala de conferencias: SI Sala de recepción: SI Aire acondicionado, calefacción: NO	- Cable TV - Frigo bar - Internet - Teléfono - Garaje - Room Service
HOTEL "COSTA DORADA"	CALLE JUNIN N° 04	Comedor: NO Cafetería o bar: NO Sala de conferencias: NO Sala de recepción: SI Aire acondicionado, calefacción: NO	- Cable TV - Frigo bar - Internet - Teléfono

HOTEL "WILLA DEL MAR"	JR. JUNÍN N° 25-27-29	Comedor: NO Cafetería o bar: NO Sala de conferencias: NO Sala de recepción: SI Aire acondicionado, calefacción: NO	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Teléfono</li> <li>• Cable TV</li> <li>• Internet</li> <li>• Frigo bar</li> </ul>
HOSTAL "PERÚ"	JR. JUNÍN N° 18	Comedor: NO Cafetería o bar: NO Sala de conferencias: NO Sala de recepción: SI Aire acondicionado, calefacción: NO	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cable TV</li> <li>• Internet</li> <li>• Teléfono</li> </ul>
HOSTAL "LAS CLAY"	JR. JUNÍN N° 12-13	Comedor: NO Cafetería o bar: NO Sala de conferencias: NO Sala de recepción: SI Aire acondicionado, calefacción: SI	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Teléfono</li> <li>• Cable TV</li> </ul>
HOSTAL "DA VINCI"	JR. BANCADO ALDO N° 29	Comedor: SI Cafetería o bar: SI Sala de conferencias: NO Sala de recepción: SI Aire acondicionado, calefacción: NO	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Teléfono</li> <li>• Cable TV</li> <li>• Internet</li> <li>• Comedor</li> </ul>
HOSTAL "DUKE CAHANAMOVU"	JR. AYACUCHO N° 41	Comedor: NO Cafetería o bar: NO Sala de conferencias: NO Sala de recepción: SI Aire acondicionado, calefacción: SI	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Teléfono</li> <li>• Cable TV</li> <li>• Lavandería</li> </ul>
CASA HOSPEDAJE	JR. PUSUBI BAYUN N° 37	Comedor: NO Cafetería o bar: NO Sala de conferencias: NO Sala de recepción: SI Aire acondicionado, calefacción: SI	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Teléfono</li> <li>• Cable TV</li> </ul>

Fuente: Censos de Comercio de Turismo

Selección: Selección Propia



**Estudio de pre - factibilidad para la implementación de casa hospedaje “El Encanto” en la provincia de Pacasmayo, 2010**

HOTEL "VILLA DEL MAR"	JR. JUNÍN N° 25-27-29	Comedor: NO Cafetería o bar: NO Sala de conferencias: NO Sala de recepción: SI Aire acondicionado, calefacción: NO	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Teléfono</li> <li>• Cable TV</li> <li>• Internet</li> <li>• Frigo bar</li> </ul>
HOTEL "PERU"	JR. JUNÍN N° 48	Comedor: NO Cafetería o bar: NO Sala de conferencias: NO Sala de recepción: SI Aire acondicionado, calefacción: NO	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cable TV</li> <li>• Internet</li> <li>• Teléfono</li> </ul>
HOTEL "LAS OLAS"	III JUNÍN N° 12-13	Comedor: NO Cafetería o bar: NO Sala de conferencias: NO Sala de recepción: SI Aire acondicionado, calefacción: SI	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Teléfono</li> <li>• Cable TV</li> </ul>
HOTEL "DA VINCI"	JIL MANCO CAPAC N° 29	Comedor: SI Cafetería o bar: SI Sala de conferencias: NO Sala de recepción: SI Aire acondicionado, calefacción: NO	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Teléfono</li> <li>• Cable TV</li> <li>• Internet</li> <li>• Comedor</li> </ul>
HOTEL "DUNE KAHANAMOKU"	JR. AYACUCHO N° 41	Comedor: NO Cafetería o bar: NO Sala de conferencias: NO Sala de recepción: SI Aire acondicionado, calefacción: SI	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Teléfono</li> <li>• Cable TV</li> <li>• Lavandería</li> </ul>
CASA HOSPEDAJE	JIL DOS DE MAYO N° 35-37	Comedor: NO Cafetería o bar: NO Sala de conferencias: NO Sala de recepción: SI Aire acondicionado, calefacción: SI	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Teléfono</li> <li>• Cable TV</li> </ul>

Fuente: Cámara de Comercio de Pacasmayo  
Elaboración: Elaboración Propia

### 2.3.1.2 Precio:

El precio del servicio que ofrecen en estos hospedajes oscila entre S/. 25 y S/. 180 en promedio dependiendo del tamaño del tipo de servicio.



Nombre	Dirección	Precios
HOTEL "PAKATNAMU"	MALECON ORAU N° 101-100	Simple: S/. 75 Doble o Matrimonial: S/. 105 Triple: S/. 125 Cuadruple: S/. 145 Suite: S/. 205
HOTEL "LA ESTACIÓN"	MALECON ORAU N° 69	Triples: S/. 160 Doble o Matrimonial: S/. 120 Suite: S/. 250
HOTEL "COSTA DORADA"	CALLE JUNIN N° 04	Simple: S/. 40 Doble: S/. 60 Matrimonial: S/. 85
HOSTAL "PERÚ"	JR. JUNIN 35	Simple: S/. 40 Doble: S/. 80 Matrimonial: S/. 90
HOTEL "VILLA DEL MAR"	JR. JUNIN N° 25-27-29	Simple: S/. 40 Doble o Matrimonial: S/. 70 Triple: S/. 160
HOSTAL "LAS OLAS"	JR. JUNIN N° 12-13	Simple: S/. 35 Doble: S/. 70
HOSTAL "DA VINCE"	JR. MANCO CAPAC N° 38	Simple: S/. 40 Doble o Matrimonial: S/. 60 Triple: S/. 160
HOSTAL "DUKE KAHAN AMORU"	JR. ATACUCHO N° 44	Simple: S/. 25 Doble: S/. 50 Triple: S/. 105 Cuadruple: S/. 180
CASA HOSPEDAJE	JR. DOS DE MAYO N° 35-37	Simple: S/. Doble: S/. Matrimonial: S/.

S/ 25.00 Por persona

Fuente: Cámara de Comercio  
Elaboración: Elaboración Propia

TABLA N° 06 PRECIO DE LA COMPETENCIA

**2.3.1.3 Plaza:**

Los hospedajes y hoteles que ofrecen similares servicios al de casa hospedaje "El Encanto", están expedidos directamente en la provincia de Pacasmayo, según su ubicación. (Ver Tabla N° 04)

**2.3.1.4 Promoción:**

Estos centros de hospedajes realizan promoción a través de volantes, anuncios en el periódico y revistas de la localidad y algunos de ellos cuentan con promociones en sus páginas web:

- Hostal Bahía ( [www.hostalbahiapacasmayo.blogspot.com](http://www.hostalbahiapacasmayo.blogspot.com) )
- Costa Dorada ( [www.hostalcostadorada.com](http://www.hostalcostadorada.com) )

- Hotel Libertad ( [www.hotellibertad.com.pe](http://www.hotellibertad.com.pe) )
- El Mirador ( [www.pacasmayoperu.com](http://www.pacasmayoperu.com) )
- Hostal Duke Kahanamoku ( [www.eldukepacasmayo.com](http://www.eldukepacasmayo.com) )
- Hospedaje Los Faroles ( [www.pacasmayolosfaroles.com](http://www.pacasmayolosfaroles.com) )

## **2.3.2 Plan de Marketing para el Proyecto:**

---

### **2.3.2.1 Servicio:**

La Casa Hospedaje “El Encanto” brindará el servicio de alojamiento, donde el turista pueda descansar cómodamente así como también tendremos la orientación de actividades turísticas, servicio de atención personalizada, variedad de bebidas y tragos, y se podrá cancelar el servicio con tarjeta.

Adicionalmente podrán encontrar como servicios anexos:

- Calefacción / Aire acondicionado
- Lavandería
- Frigo Bar
- Cable TV
- Internet
- Teléfono
- Room Service

Respecto a la infraestructura de la casa hospedaje se contará con un módulo de recepción y sala de espera, donde se le brindará atención al cliente en cuanto a información general, reserva de habitación, entre otros. Finalmente para mayor seguridad del cliente, el centro le ofrecerá un área de parqueo en las afueras de local.

### **2.3.2.2 Precio:**

Los precios estarán de acuerdo a la realidad del mercado considerando la calidad y comodidad del servicio ofrecido al cliente. Se ha considerado el precio base del servicio que brinda el proyecto de la siguiente manera:

- Habitación simple: S/.37
- Habitación doble: S/.65
- Suite: S/.95

### **2.3.2.3 Plaza:**

Los servicios que ofrecerá la Casa Hospedaje “El Encanto” serán directamente brindados en un local destinado a la atención del cliente y el consumidor (turistas nacionales y

extranjeros); sin intermediación alguna.

La plaza elegida es la Provincia de Pacasmayo, es una zona aparente ya que se encontrara en pleno centro (Plaza de Armas), un lugar muy adecuado para estar en contacto permanente con la llegada de los turistas y con las diversas empresas localizadas por esa zona.

#### **2.3.2.4 Promoción:**

Se realizarán del siguiente modo:

a.- Invitaciones:

Se visitará a empresas privadas y estatales brindando nuestros servicios. En estos casos se presentará paquetes aprovechando los feriados largos y vacaciones.

b.- Ofertas:

Se obsequiarán anualmente accesorios decorativos como: llaveros, porta lapiceros, stikers, que serán entregados a nuestros clientes con el fin de que se lleven un recuerdo y una buena impresión de nuestro servicio.

c.- Establecer una base de datos de clientes:

Mantener una comunicación constante y personalizada con nuestros clientes mediante el envío de cartas de ventas a sus correos personales donde les ofrezcamos: promociones, descuentos; asimismo, en fechas especiales, por ejemplo como cumpleaños, hacerles llegar nuestros saludos.

d.- Publicidad:

Se utilizará el internet con la creación de una página web, igualmente algunas páginas tales como (Facebook, Google) y medios escritos (revistas) para que interesados conozcan los servicios a ofrecer.

Con el tiempo se contará con un medio de transporte terrestre (alquilado), el cuál servirá para que nuestros clientes puedan desplazarse por los diferentes lugares turísticos de la provincia de Pacasmayo.

Se publicara Banner a la entrada de Pacasmayo para dar a conocer nuestros servicios de hospedaje a todos los turistas naciones y extranjeros que arriben la Provincia.

Finalmente, se buscará hacer uso de la estrategia *buzz marketing* también llamada boca-oreja; consistente, en brindar siempre un buen servicio para satisfacer al cliente y a su vez que este nos referencie con más personas, siendo esta una manera de posicionarnos en el mercado.

#### **2.3.2.5 Estrategia de Entrada en el Mercado:**

En cuanto a las estrategias de entrada, se realizara campañas publicitarias, promociones, ect Para esto se realizará convenios con operadores locales, nacionales, extranjeros y algunos restaurantes de la zona.

Se otorgara al cliente un servicio con calidad, atención esmerada y rapidez con el objetivo de que logre encantarle su estadía y esperar su pronto retorno. Para lograr esto se realizara capacitación al personal.

La estratégica de ubicación del proyecto permitirá que el cliente pueda acceder a diferentes actividades, ya que estará ubicado en una esquina de la plaza de armas, y muy cercano a la playa.

Por otro lado, para el inicio de las actividades de la Casa Hospedaje “El Encanto”, se hará un lanzamiento mediante promociones en el cual se dará a conocer los servicios de este y sus beneficios que ofrecerá.

### **2.3.2.6 Posicionamiento del Producto:**

De inicio, es muy importante mencionar, que Casa Hospedaje “El Encanto”, se están comprometiendo a velar por su seguridad y estará dirigida a todos los turistas nacional y extranjero, jóvenes aventureros, surfistas mochileros, familias que buscan un momento de relajación en épocas de vacaciones, estudiantes que gustan de historia, arqueología e investigación.

Se construirá una relación y compromiso con nuestros clientes, conocer sus costumbres, hábitos y necesidades de nuestros actuales o potenciales clientes. Con la revolución de Internet, las nuevas tecnologías y la recopilación de datos de los distintos departamentos o procesos de negocio que intervienen o se relacionan con los clientes, refuerza a los métodos tradicionales de llegar a los usuarios, como mailings, cartas personalizadas, visitas comerciales, etc

Consiguiendo información sobre nuestros clientes y hacer un uso inteligente de la misma. Con el fin de posicionar casa hospedaje “El Encanto” contara con servicio a cargo de personal capacitado, ambiente acogedor y precios razonables.

## **2.3.3 Análisis del Mercado Proveedor**

---

### **2.3.3.1 Criterios de Selección**

Los proveedores a elegir serán básicamente empresas que se dedican a la venta de de todo tipo de artefactos eléctricos, muebles y enseres, abarrotes, mobiliario, electrodomésticos, equipo y sonidos, etc.; además de escritorios y mesas de madera para la atención del mismo; entre otros, cortinas, menajes, cuadros, bebidas, seguridad, accesorios y más, estarán regidos bajo los siguientes criterios:

#### **CALIDAD:**

Se tendrá en cuenta que los productos que ofrecen los proveedores sean requeridos con estándares de calidad establecidos.

#### **PRECIO:**

Debe ser competitivo y sujeto a ofertas.

#### **FORMAS DE PAGO:**

Las formas de pago a proveedores serán establecidos previos convenios (en efectivo y depósito en cuenta): Para lo cual se considerará un pago al contado del 100%.

**PUNTUALIDAD**

La puntualidad es muy importante para la empresa en proyecto para evitar retrasos en la producción de los servicios, por lo que se exigirá a los proveedores que respeten el día y la hora pactados.

**2.3.3.2 Identificación de Proveedores**

A continuación se presenta una lista de posibles proveedores haciendo la evaluación respectiva de acuerdo a los criterios de selección:

Valores tomados en cuenta:

Bueno 2 C Calificación

Regular 1 P Ponderado

Malo 0

FACTORES	PESO	BOOHMAC		SAGAFALABELLA		ELEKTRA		CURACAO		RIPLEY	
		C	P	C	P	C	P	C	P	C	P
Precios	0,3	2	0,6	1	0,3	2	0,6	1	0,3	2	0,6
Calidad	0,15	1	0,15	1	0,15	2	0,3	0	0	1	0,15
Variedad	0,2	2	0,4	2	0,4	1	0,2	1	0,2	1	0,2
T. Entrega	0,2	2	0,4	2	0,4	1	0,2	1	0,2	2	0,4
Garantía	0,15	1	0,15	1	0,15	1	0,15	1	0,15	1	0,15
<b>TOTAL</b>	<b>1,00</b>		<b>1,7</b>		<b>1,4</b>		<b>1,5</b>		<b>0,9</b>		<b>1,5</b>

Elaboración propia

**CUADRO N° 12 IDENTIFICACIÓN DE PROVEEDORES**

FACTORES	PESO	BOOHMAC		SAGAFALABELLA		ELEKTRA		CURACAO		RIPLEY	
		C	P	C	P	C	P	C	P	C	P
Precios	0,3	2	0,6	1	0,3	2	0,6	1	0,3	2	0,6
Calidad	0,15	1	0,15	1	0,15	2	0,3	0	0	1	0,15
Variedad	0,2	2	0,4	2	0,4	1	0,2	1	0,2	1	0,2
T. Entrega	0,2	2	0,4	2	0,4	1	0,2	1	0,2	2	0,4
Garantía	0,15	1	0,15	1	0,15	1	0,15	1	0,15	1	0,15
<b>TOTAL</b>	<b>1,00</b>		<b>1,7</b>		<b>1,4</b>		<b>1,5</b>		<b>0,9</b>		<b>1,5</b>

Elaboración propia

**2.3.3.3 Selección de Proveedores**

El siguiente cuadro muestra la lista de los proveedores seleccionados con sus respectivas direcciones:

Producto	Proveedores	Dirección
Utiles de escritorio, muebles y enseres, materiales de construcción, abarrotes	<b>SODIMAC PERÚ S.A.C</b> (Centro Comercial Mall Aventura Plaza)	Av. Mansiche S/N (Sector Mnasiche), en Trujillo
Equipo de computo y sonido	<b>SUCURSAL ELEKTRA</b>	Jr. Ayacucho, Trujillo
Accesorios(cortinas, cuadros, espejos, menajes y más)	<b>RIPLEY</b> (Centro Comercial Mall Aventura Plaza)	Av. Mansiche S/N (Sector Mnasiche), en Trujillo
Publicidad	<b>LÍDER GRAFICO S.R.L</b>	Jr. Junín nº 308 Trujillo
Bebidas (gaseosa, agua mineral, cerveza y más)	<b>DISTRIBUIDORA BACKUS S.A</b>	Av. España

Elaboración Propia

*CUADRO N° 13 SELECCIÓN DE PROVEEDORES*

## CAPÍTULO III: ESTUDIO TÉCNICO

### 3.1. Especificaciones Técnicas del producto

#### a) Hospedaje:

Casa Hospedaje “El Encanto” ofrecerá a sus huéspedes, dormitorios especialmente diseñados y equipados para hacer de su experiencia lo más agradable posible. Situado a una esquina de la Plaza de Armas de la Provincia de Pacasmayo y a unos 60 metros de la playa, el hospedaje ofrece habitaciones llenas de confort donde podrá descansar tranquilamente para empezar el día complaciendo el clima cálido y primaveral; de sus playas, sobre todo por sus olas ya que es un destino muy conocido en los circuitos de **surf** por sus fuertes vientos, y poder disfrutar de su gastronomía a base de frescos productos del mar.

“EL ENCANTO” contará con orientación de actividades turísticas, variedad de bebidas y tragos a solicitud del cliente, las habitaciones simples contarán con ventilador y cable TV, las habitaciones dobles y suites con el servicio de calefacción/ aire acondicionado, cable TV, aparte las habitaciones suite contará con frigo bar, internet, teléfono; los servicios de room service y lavandería estará a disposición del cliente así nuestros consumidores podrán disfrutar de sus vacaciones en un lugar seguro y acogedor.

**b) Área del Local:**

130mts<sup>2</sup> el cual contara con 8 habitaciones simples de 9.60 m<sup>2</sup> y 4 habitaciones dobles de 14.50 m<sup>2</sup> y 3 suites de 29.20 m<sup>2</sup>, esto hacen 15 habitaciones.

La parte externa será un muro hecha de madera mostrando figuras similares a la Plazuela “El paseo de la Amistad, La Paz e Integración Perú – Ecuador”.



*FOTOGRAFIA N° 01 PACASMAYO: La Plazuela “El paseo de la Amistad”*

**c) Interior:**

Contara con una sala de recepción y atención al cliente de 29 m<sup>2</sup>, y en las habitaciones las camas serán hechas de madera igualmente los veladores y los roperos empotrados, los colchones serán colchones de marca Ergosoft Ortopédico de buen resorte y las almohadas de algodón los cuales estarán cubiertos con sábanas de hilo igualmente las almohadas; según los estados de estación y los requisitos del cliente se tendrá en cuenta cambiando las cubrecamas de hilo para el verano y de polar para el invierno, y contara con una sala de recepción.





IMAGEN N° 03

**c)Infraestructura:**

La infraestructura será de adobe, recubierto con barro y yeso, mostrando en alto relieve figuras propias de la Provincia, el piso de cerámica, el techo será elaborado de madera cubierta con estera, barro y tejas. El diseño será antisísmico.



IMAGEN N° 04

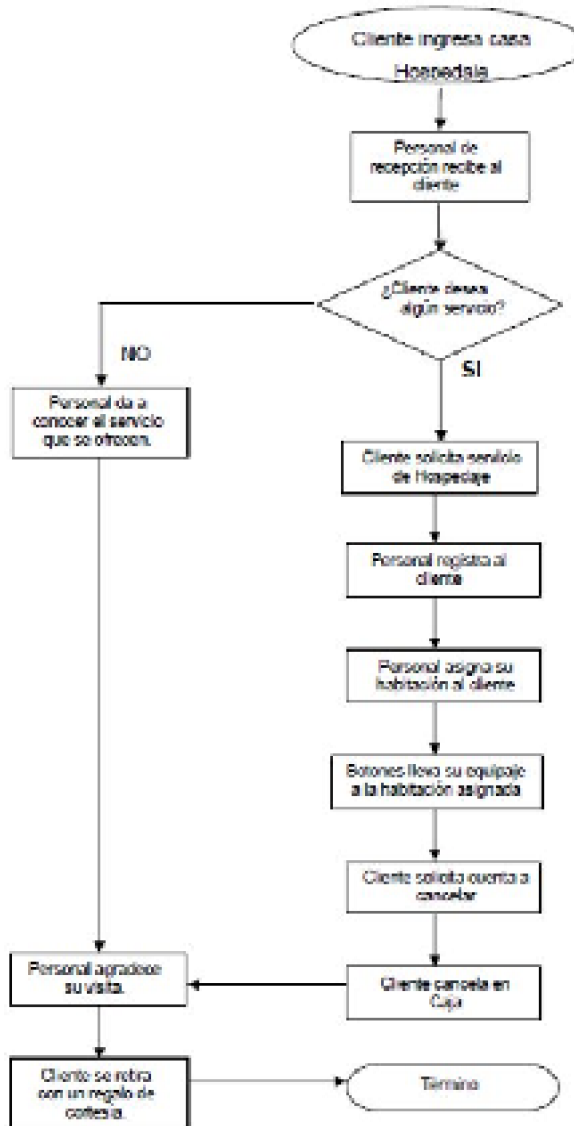
## 3.2. Ingeniería Básica

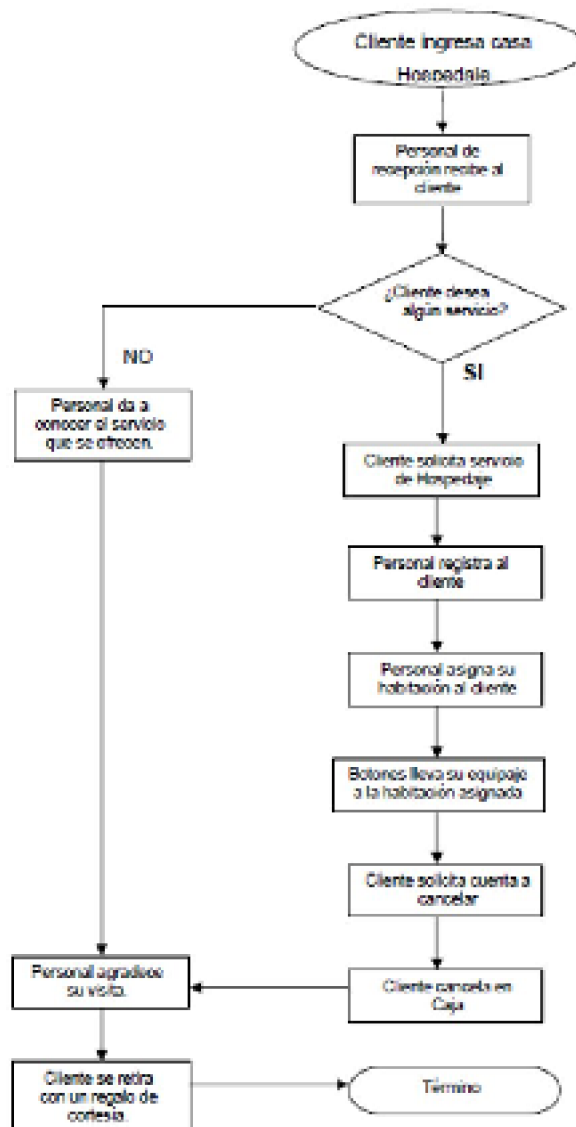
### 3.2.1. Descripción de Procesos

---

#### 3.2.1.1. Proceso de comercialización

El servicio se ofertará al público de la siguiente forma:





Antes de pasar a la descripción vale la pena repetir que el personal que estará en servicio de la recepción es uno de los contactos más importantes entre el cliente y el hospedaje. Los huéspedes a menudo forman su impresión inicial tal vez la más duradera del hospedaje desde el momento en que hacen el primer contacto visual con el empleado de la recepción.

El proceso se inicia cuando el cliente ingresa a la casa hospedaje “El Encanto”, para ello se ha coordinado previamente la reserva y la llegada del turista. A la entrada del local un anfitrión o anfitriona portando la vestimenta adecuada acompaña al turista hacia la recepción. Es importante que el personal de la recepción dé a cada huésped un saludo amable y cálido y una sonrisa, sin importar la hora del día ni la cantidad de actividad. Se brindará la información respectiva sobre el servicio a ofrecer, para esto el cliente se encuentra cómodamente sentado disfrutando de una bebida en la sala de espera.

Luego se procederá a registrarlo mediante una ficha de datos, para ello deberá mostrar su documento de identificación en caso de ser turista su respectivo pasaporte,

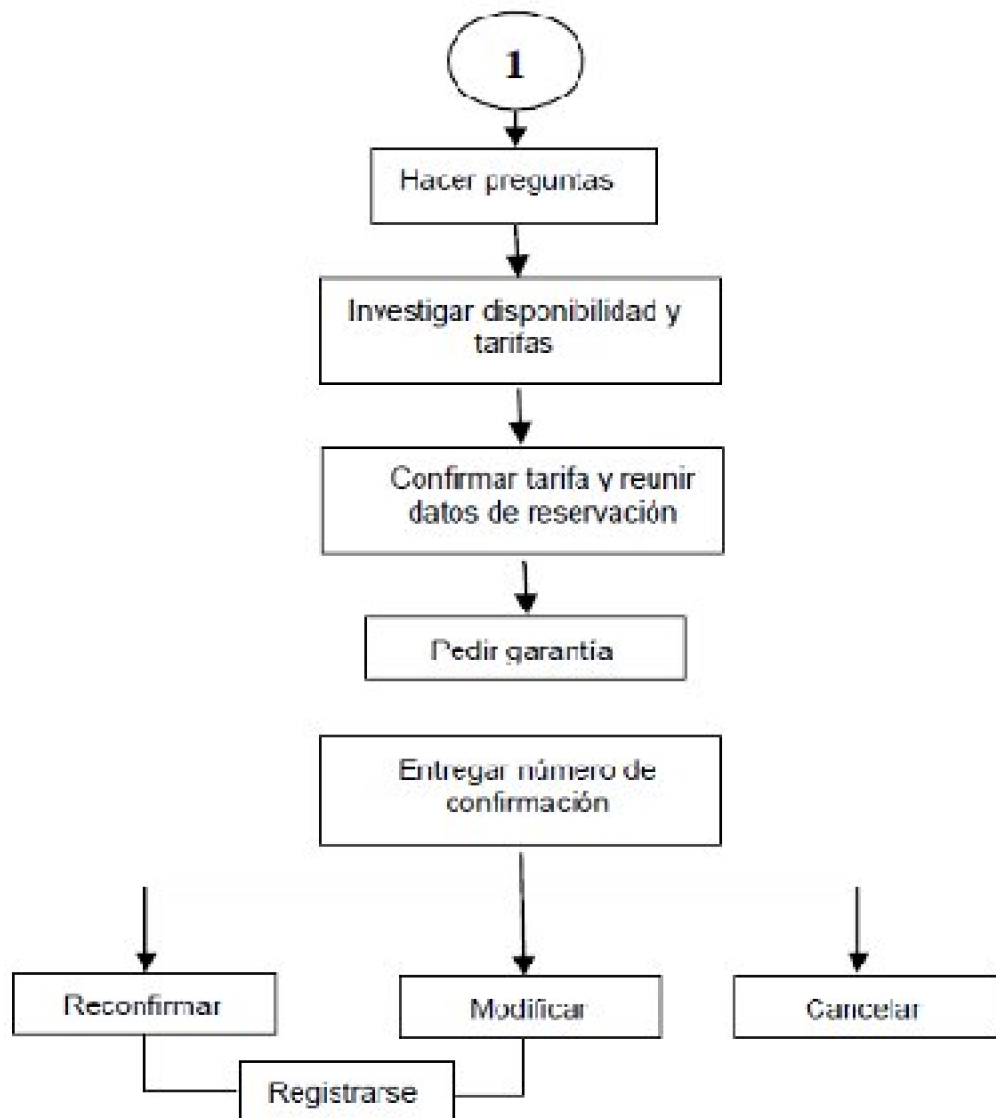
luego se le asignará el tipo de habitación y el personal encargado le acompañará cargando debidamente su equipaje. En la habitación todo está perfectamente limpio y ordenado. El cliente comprueba que los servicios estén conformes.

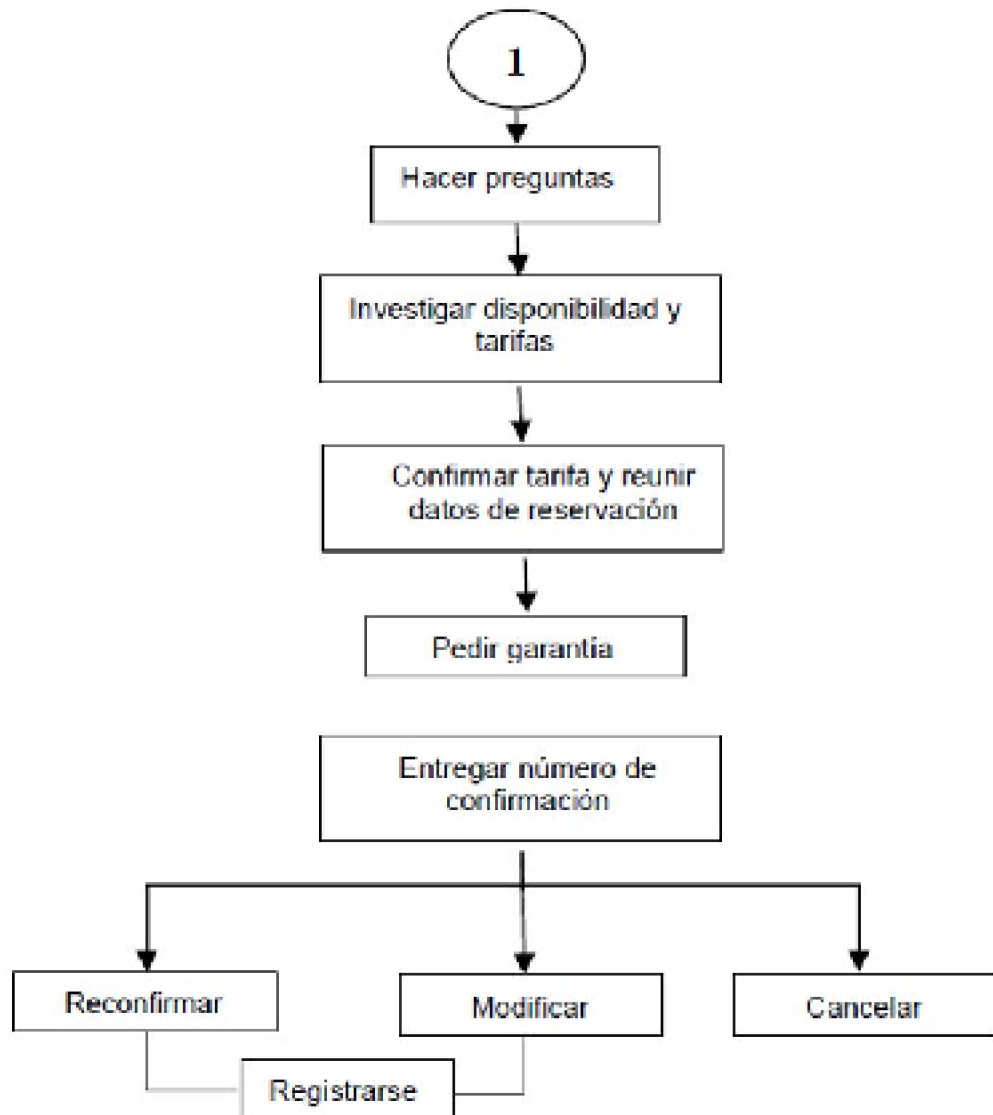
Finalmente, luego de tomado los servicios el cliente solicita la cuenta, la cual se cancela en CAJA. Se obsequiará un presente al cliente, deseándole muchos parabienes y animando a su pronto retorno.

En el caso de que un cliente ingrese al Hospedaje, y no acceda a los servicios brindados, también se le obsequiará un presente, con la finalidad de poder captar su atención y llevar un bonito recuerdo.

A cada huésped se le permitirá expresar cualesquiera problemas o quejas, y al registrar la salida, el empleado(a) consiente despedirá cada huésped en forma afectuosa y lo invitara a que regrese.

### 3.2.1.2. Proceso de producción del servicio de Reservación:





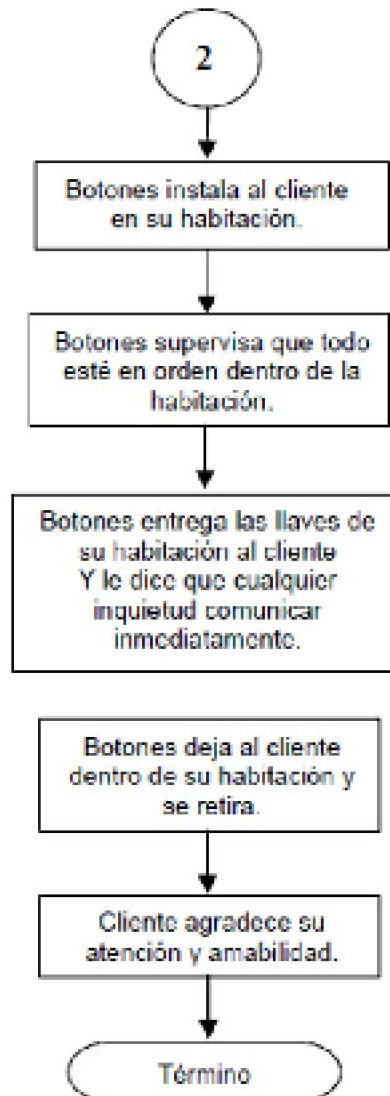
La función de reservación consiste en recibir, documentar y analizar las reservaciones de los huéspedes. Debido a que el espacio en las habitaciones es el producto principal que un hospedaje tiene para vender el acto de tomar una reservación (se denomina vender habitaciones).

La computadora, el teléfono también constituye un medio esencial para reservar. La mayor parte de las reservaciones se reciben por teléfono, las otras llamadas son en realidad preguntas ocasionales de la disponibilidad de habitaciones y tarifas; pero muchos clientes están interesados en un tipo específico de habitación, cama o ubicación. La persona encargada de las reservaciones debe actuar con rapidez, verificando la disponibilidad y cotizar tarifas.

Cuando una reservación se confirma, los huéspedes deben proporcionar ciertos datos y éstos deben integrarse al sistema de reservaciones. Para garantizar la reservación de un huésped retrasado puede requerirse un depósito o un número de tarjeta de crédito; o pedir un depósito por adelantado o el pago completo, de una semana

o 30 días antes de llegar.

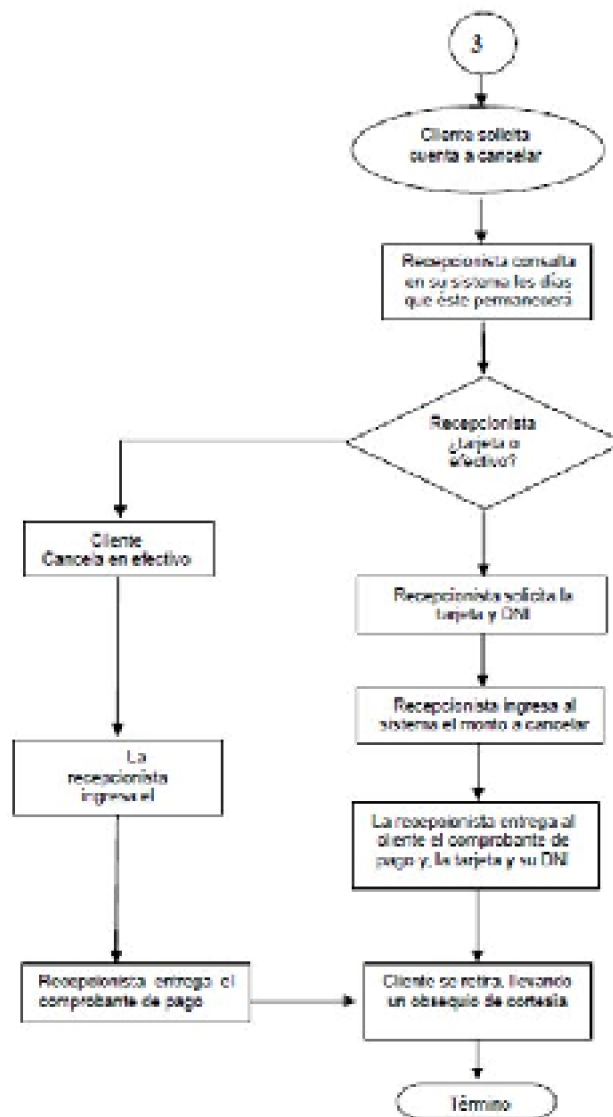
### 3.2.1.3. Proceso de producción del servicio de Botones:

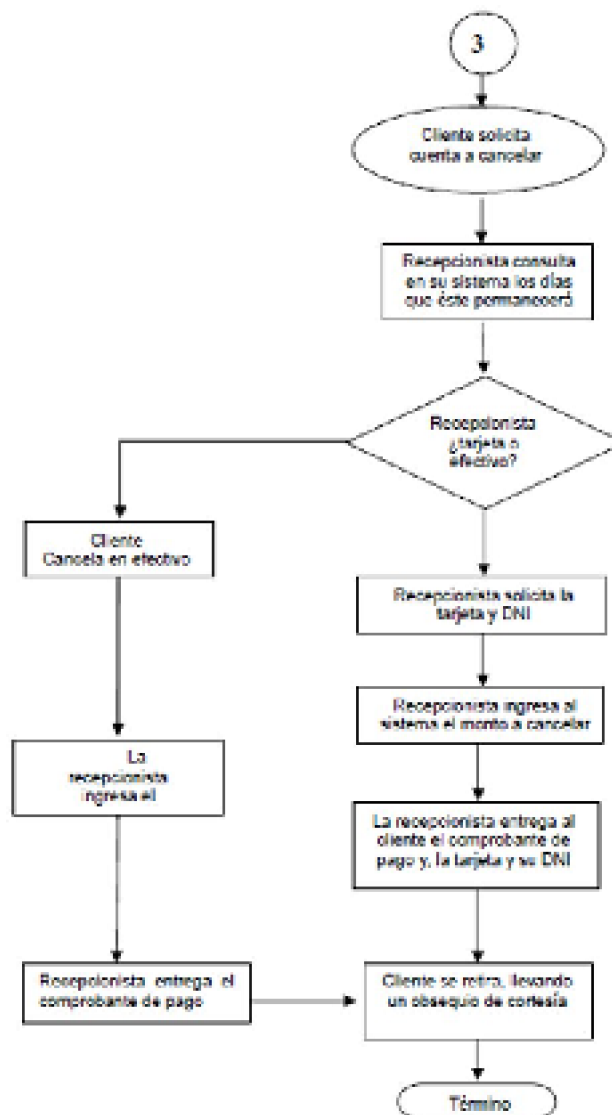


El proceso de producción de la casa hospedaje “El Encanto” se inicia cuando el botón instala al cliente en su habitación. Esta contiene una cama correctamente arreglada y decorada. Al costado de la cama hay un velador, una cómoda de madera rústica y un televisor. A la derecha se encuentra el cuarto de baño, que además cuenta con ducha completa; y accesorios como toallas, un jabón, papel higiénico.

Seguido de esto el botones supervisa que todo en la habitación este en orden, luego entrega la llave y se retira. El cliente agradece su atención y amabilidad.

### 3.2.1.4. Proceso de Cobranza:





El proceso inicia cuando el cliente solicita el monto a cancelar, y concluye cuando la recepcionista ha realizado la cobranza y entrega un obsequio al cliente para que este se retire llevando un bello recuerdo de Casa Hospedaje “El Encanto”.

### 3.2.1.5. Proceso de Limpieza:

fig031.jpg

El proceso inicia cuando el personal de limpieza ingresa a la habitación, y este se encargará de dejar en perfectas condiciones de uso, teniendo en cuenta sus funciones de ser amable, atenta, pulcra y ordenada, y estar siempre pendiente de que los ambientes de las habitaciones estén en una presentación excelente.

### 3.2.1.6. Balance de la línea de Producción (Cuello de Botella)

En el proceso de producción de generación del servicio, se ha encontrado que los



posibles cuellos de botellas serían:

Servicio de Alojamiento: - limpieza de la habitación.

Se ha considerado el personal suficiente y necesario para atender la cantidad de visitantes programados. El cuello de botella se presentaría cuando se pasen las estimaciones proyectadas. En este caso se aplicará la contingencia de contratar el personal necesario.

### 3.2.2. Descripción de Tecnologías

#### 3.2.2.1. Descripción de Maquinarias, Equipos y Herramientas

Maquinaria y Equipo

El proyecto no requerirá de maquinarias para su funcionamiento. La construcción será por medio de terceros (empresa constructora).

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	PRECIOS \$	VIDA UTIL
1	Laptop	926,00	3
1	Computadora	650,00	3
15	Televisores LG 14 pulgadas	112,00	3
1	Reproductores DVD	50,00	3
1	Equipo SONY de 180 W de salida	222,00	3
8	Ventilador de pared	34,00	3
4	Extintores	95,00	3
7	Sistema de aire acondicionado/calefacción	525,00	5
1	Televisores LG 24 pulgadas	727,00	3
1	Lavadora 12Kg	559,00	3
1	Refrigeradora 300Lt.	599,00	3
3	Frigo Bar 130 Lt.	124,00	3

Dólar \$2.75 (2010) / SIN IGV  
Elaboración Propia

CUADRO N° 14 RELACIÓN DE MAQUINARIA Y EQUIPO

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	PRECIOS \$	VIDA UTIL
1	Laptop	926,00	3
1	Computadora	650,00	3
15	Televisores LG 14 pulgadas	112,00	3
1	Reproductores DVD	50,00	3
1	Equipo SONY de 180 W de cocina	222,00	3
8	Ventilador de pared	34,00	3
4	Extintores	95,00	3
7	Sistema de aire acondicionado/calefacción	525,00	3
1	Televisores LG 24 pulgadas	727,00	3
1	Lavadora 12Kg	559,00	3
1	Refrigeradora 300 l	599,00	3
3	Frijo Bar 150 Lt.	124,00	3

Dólar \$2.76 (2010) / SIN IGV  
Elaboración Propia

### 3.2.2.2. Descripción de Mobiliario y Software

#### Mobiliario

El mobiliario que se utilizará para nuestro proyecto será de materiales rústicos, los cuales se detallan a continuación:

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	PRECIOS \$	VIDA UTIL
1	Barra tipo mostrador (recepción)	80,00	10
2	Silla giratoria con respaldo	75,00	3
1	Espejo para sala de Recepción	65,00	3
15	Camas 1.5 plaza	70,00	10
3	Camas 2 plazas	110,00	10
28	Mesa de noche	20,00	5
15	Comodas	55,00	5
15	Sillas de madera para habitaciones	8,00	5
16	Colchones 1 plaza y media	200,00	4
3	Colchones 2 plazas	350,00	4
28	Lamparas para mesa de noche	9,00	2
15	Espejo para baños	8,00	3
5	pufs recepción	90,00	3
3	Juego de mueble	65,00	5

Dólar \$2.76 (2010) / SIN IGV  
Elaboración Propia

CUADRO N° 15 DESCRIPCIÓN DE MOBILIARIO

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	PRECIOS \$	VIDA UTIL
1	Barra tipo mostrador (recepción)	80,00	10
2	Silla giratoria con respaldo	75,00	3
1	Espejo para sala de Recepción	65,00	3
16	Camas 1.5 plaza	70,00	10
3	Camas 2 plazas	110,00	10
28	Mesa de noche	20,00	5
15	Comodas	55,00	5
15	Sillas de madera para habitaciones	8,00	5
16	Colchones 1 plaza y media	200,00	4
3	Colchones 2 plazas	350,00	4
28	Lamparas para mesa de noche	9,00	2
15	Espejo para baños	8,00	3
5	pofo recepción	90,00	3
1	Juego de mueble	65,00	5

Dólar \$2,75 (2010) / SIN IGV

Fabricación Propia

### Software

El software que se utilizará en la empresa será el Microsoft Office 2007 y específicamente se hará uso de programas en macros de Excel para llevar el registro y el control de las atenciones de los huéspedes.

### **3.2.2.3. Detalle sobre terrenos, inmuebles e instalaciones fijas**

#### Terreno

El local con el que se contará para realizar las operaciones tanto administrativas como para brindar el servicio de hospedaje, tendrá un tamaño de 130 m<sup>2</sup> en una zona estratégica, ya que se ubicará en una esquina de la plaza de armas de la provincia de Pacasmayo, y a unos 60 metros aproximadamente de la playa.



FOTOGRAFIA N° 02 PACASMAYO: ubicación de la casa via satelital



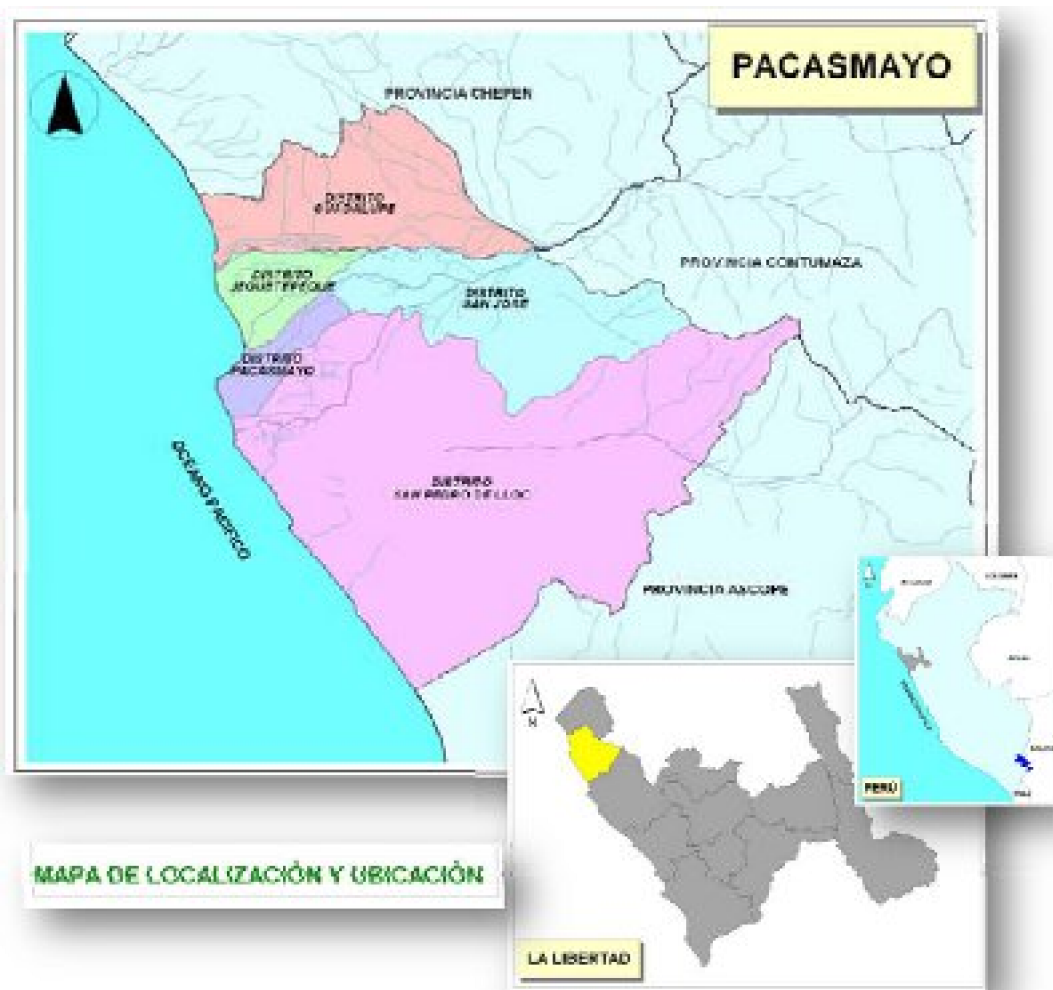
FOTOGRAFIA N° 03 PACASMAYO: terreno de la casa

### 3.3. Centro de Operaciones

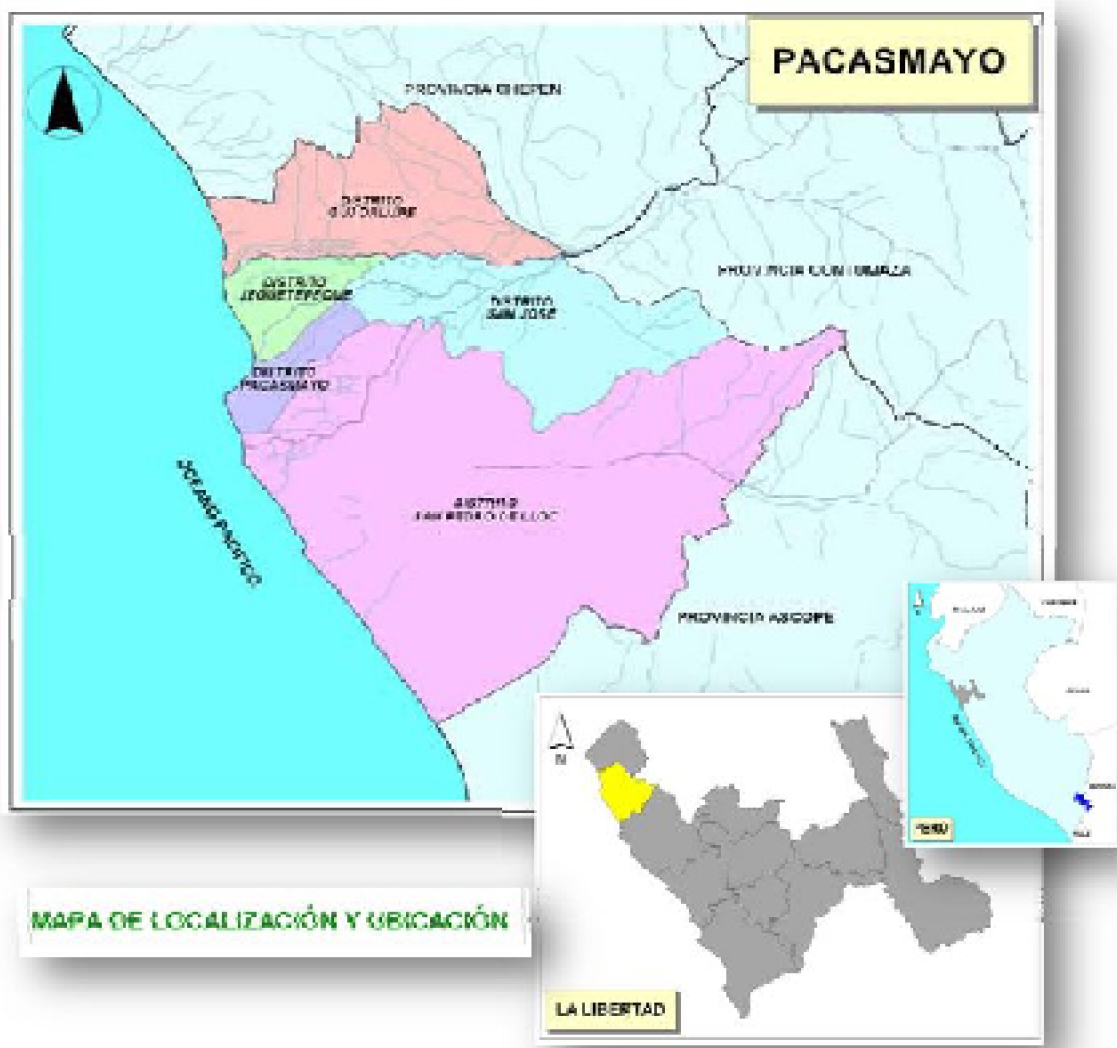
#### 3.3.1. Macro y Micro-Localización

Macro localización

La Casa Hospedaje se ubicará en la Región la Libertad, Provincia de Pacasmayo. Se encuentra a una distancia de 100Km de la ciudad de Trujillo. Se puede llegar a este lugar en bus o auto, siguiendo la carretera Panamericana Norte.



FOTOGRAFIA° 04 ubicación de la provincia de Pacasmayo



Micro localización

La Casa Hospedaje “El Encanto” se localizará a una esquina de la plaza de armas de la provincia de Pacasmayo. Para determinar la ubicación del proyecto se consideró tres lugares: Terreno en el centro de la plaza de armas, terreno cerca al Faro y terreno entrada de Pacasmayo. Considerando los factores requeridos para la implementación del proyecto, se concluye que el terreno centro Plaza de Armas brinda todas las facilidades para conseguir los objetivos del mismo.



FACTOR	Peso	Terreno Centro- Plaza de Armas		Terreno cerca al Faro		Terreno entrada Pacasmayo	
		Catificación	Ponderación	Catificación	Ponderación	Catificación	Ponderación
Entorno geográfico	0,3	2	0,6	2	0,6	1	0,3
Tamaño del Local	0,15	1	0,15	1	0,15	1	0,15
Cercanía al cliente	0,2	2	0,4	0	0	2	0,4
Vías de acceso y transporte	0,2	2	0,4	0	0	1	0,2
Disponibilidad y Costos de Terreno	0,15	1	0,15	1	0,15	0	0
<b>TOTAL</b>	<b>1,00</b>		<b>1,7</b>		<b>0,9</b>		<b>1,1</b>

Elaboración Propia

Valores tomados en cuenta:

0=malo; 1=regular; 2=bueno

CUADRO N° 16 Evaluación de factores de micro - localización

FACTOR	Peso	Terreno Centro- Plaza de Armas		Terreno cerca al Faro		Terreno entrada Pacasmayo	
		Catificación	Ponderación	Catificación	Ponderación	Catificación	Ponderación
Entorno geográfico	0,3	2	0,6	2	0,6	1	0,3
Tamaño del Local	0,15	1	0,15	1	0,15	1	0,15
Cercanía al cliente	0,2	2	0,4	0	0	2	0,4
Vías de acceso y transporte	0,2	2	0,4	0	0	1	0,2
Disponibilidad y Costos de Terreno	0,15	1	0,15	1	0,15	0	0
<b>TOTAL</b>	<b>1,00</b>		<b>1,7</b>		<b>0,9</b>		<b>1,1</b>

Elaboración Propia

Valores tomados en cuenta:

0=malo; 1=regular; 2=bueno

## 3.4. Capacidad instalada del proyecto

### 3.4.1. Capacidad Máxima

El tamaño está referido a la capacidad de servicios atendidos al año que tendrá el proyecto, considerando como periodo de atenciones los 365 días laborales al año. En cuanto, al servicio de estadía; se contará con un total de 15 habitaciones y 22 plazas cama para pernoctar a los turistas nacionales y extranjeros, quienes permanecerán en el hospedaje en promedio por un lapso de 3 días; se pudo determinar que la cantidad máxima de turistas a recibir por año será de 7.920.

<b>CAPACIDAD FÍSICA LIMITE</b>	
Producción	
Alojamiento	22
<b>CAPACIDAD MÁXIMA</b>	
<b>TOTAL</b>	22
<b>Día</b>	22
<b>Mes</b>	660
<b>Año</b>	7.920

Elaboración Propia

*CUADRO N° 17 tamaño del proyecto*

(En número de personas al año)

Descripción	2011	2012	2013	2014	2015
Mercado Objetivo	5.091	5.229	5.371	5.517	5.666
Part. del Proyecto	90%	90%	90%	90%	90%
Capacidad Normal	4.582	4.706	4.834	4.965	5.099

Elaboración Propia

*CUADRO N° 18 capacidad proyectada a 5 años*

(En número de personas al año)

Descripción	2011	2012	2013	2014	2015
Mercado Objetivo	5.091	5.229	5.371	5.517	5.666
Part. del Proyecto	90%	90%	90%	90%	90%
Capacidad Normal	4.582	4.706	4.834	4.965	5.099

Elaboración Propia

### 3.4.2. Criterios y Porcentajes de Ocupabilidad

El proyecto tendrá un porcentaje de ocupabilidad del 58% en el primer año para el caso del servicio de hospedaje, culminando con un 64% de ocupabilidad en el quinto año.

(En número de personas al año)

Descripción	2011	2012	2013	2014	2015
Capacidad Normal	4.582	4.706	4.834	4.965	5.099
Capacidad Máxima	7.920	7.920	7.920	7.920	7.920
% de Ocupabilidad	58%	59%	61%	63%	64%

Elaboración Propia

*CUADRO N° 19 ocupabilidad proyectada a 5 años*

(En número de personas al año)

Descripción	2011	2012	2013	2014	2015
Capacidad Normal	4.582	4.706	4.834	4.965	5.099
Capacidad Máxima	7.920	7.920	7.920	7.920	7.920
% de Ocupabilidad	58%	59%	61%	63%	64%

Elaboración Propia



# CAPÍTULO IV: ESTUDIO LEGAL

## 4.1. Forma Societaria

Casa Hospedaje “El Encanto” estará constituida bajo la forma societaria de Sociedad Anónima Cerrada (SAC), contemplando lo dispuesto por la Ley N° 26887 denominada “Nueva Ley General de Sociedades” (NLGS), en donde se hace mención a la Sociedad Anónima Cerrada (S.A.C.) en los artículos 234° al 248° de su Libro según lo correspondiente a la Sociedad Anónima Cerrada.

Las sociedades anónimas cerradas (S.A.C.) son aquellas que no se abren al público para financiarse a través de la emisión de acción en Bolsa. Son sociedades frecuentemente familiares y con muy escaso número de accionistas (de 2 a 20 accionistas), en los que predomina el *intuitus personae*<sup>1</sup> frente al *intuitus pecuniae*<sup>2</sup>. Asimismo, existen limitaciones estatutarias a la transmisibilidad de los títulos, lo que permite evitar la aparición de nuevos accionistas.

<sup>1</sup> **Intuitus Personae:** Aquellas sociedades donde lo más importante son las personas que la conforman, su socios, y por lo general éstas sociedades están conformadas por miembros de una familia o por amigos muy cercanos.

<sup>2</sup> **Intuitus Pecuniae:** Aquellas sociedades de capital donde lo más importante es el capital aportado.

Las Sociedades Anónimas Cerradas (S.A.C.) presentan las siguientes características:

- Los accionistas tienen derecho de adquisición preferente en los casos en que cualquier accionista decida transferir sus acciones a favor de otros accionistas o de terceros. La posibilidad de establecer en el estatuto un derecho de preferencia a favor de la propia sociedad, para que ella misma adquiera las acciones que un accionista desee vender, si los otros socios no lo ejercitan.
- La posibilidad de que la SAC funcione sin directorio. En este caso, las atribuciones de representación legal y de gestión de la sociedad recaen en el Gerente General.
- La posibilidad de establecer en el estatuto la obligación de obtener el consentimiento de la sociedad para transferencia de acciones (artículo 238° de la NLGS).
- La limitación del derecho del accionista para designar a cualquier persona como su representante en las juntas de accionistas, de modo que sólo puede hacerlo a favor de otro accionista, de su cónyuge o de su ascendiente o descendiente en primer grado (artículo 243° de la NLGS). Sin embargo, la representación puede ampliarse ilimitadamente, si así lo establece el estatuto.

Pasos a seguir para la creación de una Sociedad Anónima cerrada:

1.- Apersonarse a la sede de Registros Públicos con la finalidad de confirmar la no existencia de la denominación que se le piensa asignar a la sociedad (Búsqueda Mercantil).

Pasos:

- Llenar formulario solicitud de búsqueda de denominación.
- Pagar en Caja los derechos registrales (Tasa: S/. 4.00)
- Acudir al área de búsquedas para recoger el resultado de su trámite.

2.- Así mismo se tiene la opción de hacer una reserva de preferencia registral (artículo 10° de la NLGS) hasta por 30 días, después de haber efectuado el pago de un derecho.

Pasos:

- Llenar formulario solicitud de reserva de denominación.
- Adjuntar copia DNI del representante del título.
- Pagar en Caja los derechos registrales (Tasa: S/.16.00)
- Acudir a mesa de partes, en la fecha que le indiquen, para recoger el resultado de su trámite.

3.- Elaboración de la minuta.

- Si el aporte de los socios ha sido en efectivo, se tiene que hacer mediante depósito en cuenta aperturada a nombre de la sociedad. En caso contrario si los aportes han sido no dinerarios es decir en activos fijos es necesario la elaboración de una

declaración jurada por parte de un contador público que valore los bienes; además el Gerente debe realizar una certificación en la que deja constancia de la recepción de los bienes.

- Una vez que se tiene la minuta adjuntada a los documentos requeridos y especificados en el punto 3, se procede a la elaboración de escritura pública.
- Ya con la escritura pública se acude nuevamente a Registros Públicos (SUNARP) con la finalidad de escribir formalmente a la sociedad, donde se nos asignara una partida electrónica.
- Luego de haber realizado los pasos anteriormente descritos, se acude a la SUNAT con el fin de obtener el registro único de contribuyente (RUC).
- Finalmente, se acude a los Ministerios u Organismos pertinentes como: Ministerio de Trabajo, Municipalidad, etc.; para obtener los permisos especiales correspondientes.

CONSTITUCIÓN DE LA EMPRESA	COSTO
1.-Elaboración de Minuta de Constitución de la empresa y de la Escritura Pública	S/. 100,00
2.-Inscripción en el Registro de Personas Jurídicas	<b>S/. 253,49</b>
- Derecho de trámite	S/. 38,00
- Derecho de inscripción de cada órgano	S/. 21,00
- Derecho de inscripción de capital (S/. 3.00 por cada mil soles de capital)	S/. 194,49
3.- Inscripción en el Registro Único de Contribuyente	S/. 15,00
<b>TOTAL</b>	<b>S/. 368,49</b>

Fuente: Elaboración Propia- SUNAT

CUADRO N° 20 formas societarias- costos

## 4.2.Tasas y Licencias Municipales

### 4.2.1. Licencia de Funcionamiento

Para la apertura y el desarrollo de las actividades operacionales de la Casa Hospedaje “El Encanto” se deberá contar con la licencia de funcionamiento tramitada y expedida por la Municipalidad Provincial de Pacasmayo, debiéndose presentar lo siguiente:

Pasos adquirir la Licencia de Funcionamiento:

- Obtener Reporte de Zonificación y Compatibilidad de uso de suelo CONFORME. Para este reporte se necesita llenar un formato emitido por la Municipalidad que

contempla los siguientes datos:

- Dirección exacta en donde se encontrará ubicada la empresa.
- Nombres y Apellidos del titular(es).
- Área exacta del local.
- Llenar Solicitud de Declaración Jurada para Autorizaciones Municipales.
- Obtener Vigencia de Poder-SUNARP.
- Adquirir Certificado de Defensa Civil, puesto que el área del local es mayor a 100 m<sup>2</sup> y menos a 500m<sup>2</sup>. Para este certificado se debe solicitar la Inspección Técnica de Defensa Civil y cumplir con los siguientes requisitos:
- Solicitud de ITSDC, según formato numerado.
- Plan de Seguridad en Defensa Civil obligatorio en locales con mayor un número mayor a 5 personas y firmado por el propietario.
- Plano de Ubicación-Localización y especificaciones técnicos-Firmado por arquitecto colegiado.
- Plano de arquitectura – Acotado
- Derecho de pago en caja- Inspección de Verificación S/141.45
- Derecho de Pago en Caja – Levantamiento de Observaciones S/75.90
- Copia de Certificado de medición de puesta a tierra con una antigüedad no mayor a ocho meses obligatorio para los locales que cuenta con artefacto eléctrico y/o electrónico y deberá estar firmado por Ing. Electricista o Mecánico Electricista Colegiado.
- Copia de Certificado de RPIN de Extintores.
- Certificado de Prueba Hidrostática de Extintor (Si tiene antigüedad mayor a 5 años)
- Plano de señalización y evaluación-Firmado por arquitecto colegiado.
- Pago de Derecho de formato de Licencia Municipal de S/96.00.

PROCEDIMIENTO	COSTO S/.
1.- Reporte de Zonificación y Compatibilidad de uso de suelo conforme	Gratuito
2.- Declaración Jurada	Gratuito
3.- Certificado de Defensa Civil	S/ 217,35
* Derecho de pago de inspección de verificación	S/ 141,45
4.- Derecho de Formato de Licencia Municipal	S/ 96,00
<b>TOTAL</b>	<b>S/ 454,80</b>

Fuente: Elaboración Propia- Municipalidad Provincial de Pacasmayo

**CUADRO N° 21 Licencia de funcionamiento- costos**

### Anuncios Publicitarios y otros

Considerando la Ley Orgánica de Municipalidades N° 27972, Art. N° 79 referido a la Organización del Espacio Físico y uso del suelo, es necesario solicitar autorización en la Municipalidad para la ubicación de anuncios y avisos publicitarios en la vía pública o letreros en el local comercial con la finalidad de informar a los clientes de la existencia de la nueva empresa.

Los requisitos para la autorización de publicidad fija son los siguientes:

- Formato de Declaración Jurada.
- Copia de DNI
- Foto de fachada del local
- Diseño gráfico del logotipo
- Copia de Licencia de funcionamiento
- Pagos correspondientes

AVISOS PUBLICITARIOS	Costo
Derecho de trámite	S/. 86,00
Publicidad, en función del tamaño de la publicidad	S/. 210,00
<b>TOTAL</b>	<b>S/. 296,00</b>

CUADRO N° 22 Anuncio publicitario - costos

## 4.3. Legislación Laboral y Tributaria

### Régimen laboral de la Micro y Pequeña Empresa

- El Régimen de Promoción y Formalización de las MYPES se aplica a todos los trabajadores sujetos al régimen laboral de la actividad privada, que presten servicios en las Micro y Pequeñas Empresas, así como a sus conductores y empleadores.
- Los trabajadores contratados al amparo de la legislación anterior continuarán rigiéndose por las normas vigentes al momento de su celebración.
- No están incluidos en el ámbito de aplicación laboral los trabajadores sujetos al régimen laboral común, que cesen después de la entrada en vigencia del Decreto Legislativo N° 1086 y sean inmediatamente contratados por el mismo empleador, salvo que haya transcurrido un (1) año desde el cese.

**Estudio de pre - factibilidad para la implementación de casa hospedaje “El Encanto” en la provincia de Pacasmayo, 2010**

BENEFICIOS	Ley 26015		Nuevo Régimen D. Leg. N° 1008	
	MICRO EMPRESA	PEQUEÑA EMPRESA	MICRO EMPRESA	PEQUEÑA EMPRESA
Remuneración	RMV	RMV	RMV	RMV
Jornada - Horario	8 horas diarias o 48 horas semanales	8 horas diarias o 48 horas semanales	8 horas diarias o 48 horas semanales	8 horas diarias o 48 horas semanales
Descanso Semanal	24 horas	24 horas	24 horas	24 horas
Vacaciones	15 días al año	30 días al año	15 días al año	15 días al año
Compensación por tiempo de servicio	No aplica	1 sueldo por año	No aplica	1/2 sueldo por año
Gratificaciones	No aplica	2 sueldos por año	No aplica	2 gratificaciones, de medio sueldo cada una
Utilidades	No aplica	D.L. N° 892	No aplica	D.L. N° 892
Despido arbitrario o injustificado	1/2 sueldo por año Tope 6 remuneraciones	1,5 sueldos por año Tope de 12 remuneraciones	10 remuneraciones diarias por año Tope de 80 remuneraciones	20 remuneraciones diarias por año Tope de 120 remuneraciones
Seguridad Social	Empleador 9%	Empleador 9%+ BCOTR	50% subvención el Estado y cura el empleador (5%)	Obligatorio, Empleador 9% + BCOTR (Fondo 10)
Régimen Previsional	Facultativo	15% ONP o AFP	Opcional, 50% subvención del Estado (Fondo de Pensiones Sociales)	Obligatorio 10% + ONP, AFP

Fuente: Elaboración propia - Ministerio de Trabajo, Promoción del Empleo (MOTPE)

**CUADRO N° 23 Régimen laboral de la micro y pequeña empresa**

BENEFICIOS	Ley <sup>o</sup> 28015		Nuevo Régimen D. Leg. N <sup>o</sup> 1086	
	MICRO EMPRESA	PEQUEÑA EMPRESA	MICRO EMPRESA	PEQUEÑA EMPRESA
Remuneración	RMV	RMV	RMV	RMV
Jornada - Horario	8 horas diarias o 48 horas semanales	8 horas diarias o 48 horas semanales	8 horas diarias o 48 horas semanales	8 horas diarias o 48 horas semanales
Descanso Semanal	24 horas	24 horas	24 horas	24 horas
Vacaciones	15 días al año	30 días al año	15 días al año	15 días al año
Compensación por tiempo de servicio	No aplica	1 sueldo por año	No aplica	1/2 sueldo por año
Certificaciones	No aplica	2 sueldos por año	No aplica	2 gratificaciones, de medio sueldo cada una
Utilidades	No aplica	D.L N <sup>o</sup> 892	No aplica	D.L N <sup>o</sup> 892
Despido arbitrario e injustificado	1/2 sueldo por año Tope 6 remuneraciones	1,5 sueldos por año Tope de 12 remuneraciones	10 remuneraciones diarias por año Tope de 90 remuneraciones	20 remuneraciones diarias por año Tope de 120 remuneraciones
Seguridad Social	Emplesada 9%	Empleada 9%+ SCTR	50% subvenciona el Estado y 50% el empleador (SIS)	Obligatorio, Empleador 8% + SCTR (Excluido)
Régimen Previsional	Facultativo	13% ONP o AFP	Opcional, 50% subsidiado por el Estado (Fondo de Pensiones Sociales)	Obligatorio, 13% + ONP AFP

Fuente: Elaboración propia- Ministerio de Trabajo e Promoción del Empleo (MTEPE)

Incluye los siguientes derechos:

Para poner a los trabajadores en planilla, se tiene que realizar una inscripción previa en la página [www.mintra.gob.pe/remype](http://www.mintra.gob.pe/remype) . Para el caso de las planillas, estas pueden gestionarse vía electrónica sin la necesidad de su legalización, y sin realizar pago alguno. Cada contrato individual de trabajo deberá ser registrado en el Ministerio de trabajo pagando una tasa de S/.3.50.

### Legislación Tributaria

Cuota Aplicable al RER:

Los contribuyentes que se acojan al Régimen Especial de Renta (RER) pagaran una cuota mensual de 1.5% (uno punto cinco por ciento) de sus ingresos netos mensuales provenientes de sus rentas de tercera categoría (el pago de esta cuota mensual es de carácter cancelatorio). Es decir se unifica en una sola tasa la cuota correspondiente a este Régimen (independientemente de la actividad que realice el contribuyente).

**Libros y Registros Contables:**

Los contribuyentes del Régimen Especial de Renta (RER) están obligados a llevar un Registro de Compras y un Registro de Ventas de acuerdo a las normas vigentes sobre el particular.

**Declaración Jurada Anual:**

Los contribuyentes del Régimen Especial de Renta (RER) presentarán anualmente un Declaración Jurada la misma que se presentará en la forma, plazos y condiciones que establezca oportunamente la SUNAT. Dicha declaración corresponderá al inventario realizado al último día del ejercicio anterior al de la presentación.



# CAPÍTULO V: ESTUDIO ORGANIZACIONAL

## 5.1 Planeamiento Estratégico

### 5.1.1. Misión:

---

La *Casa Hospedaje "El Encanto"* ofrece satisfacer las necesidades de alojamiento de turistas locales, nacionales y extranjeros pensando en su economía, comodidad y seguridad, ofreciendo un trato cálido y familiar, al mismo tiempo, promover el desarrollo de la comunidad y la protección de las zonas arqueológicas de la región.

### 5.1.2. Visión:

---

Al 2015, la Casa Hospedaje "El Encanto" será la alternativa de hospedaje más conocida y concurrida de Pacasmayo por su economía, ambiente acogedor, alta calidad de servicio y seguridad.

### 5.1.3. Objetivos Tácticos y Estratégicos

---

#### Objetivos Tácticos:

- Reclutamiento de personal mediante referencias personales (minimizar costos).
- Realizar una constante evaluación del desempeño del personal.
- Satisfacer las necesidades y deseos de los clientes.
- Generar condiciones adecuadas para un marketing “cara a cara” positivo para la empresa.
- Capacitar constantemente al personal, para brindar un mejor servicio al cliente.

#### Objetivos Estratégicos:

- Alcanzar una participación del 64% del mercado objetivo al finalizar el quinto año.
- Lograr un nivel de rentabilidad óptimo para la empresa.
- Contribuir al desarrollo turístico de nuestra Provincia, brindando un servicio de calidad.
- Aprovechar la abundante mano de obra joven y barata para reclutar personal con experiencia en atención y buena apariencia.
- Mejorar el bienestar de la población.
- Alcanzar una calidad óptima en los servicios, logrando la fidelidad de los clientes.

### 5.1.4. Análisis FODA

---

A continuación un análisis real de las condiciones existentes favorables y desfavorables para la implementación del proyecto. Dentro de las cuales, las debilidades y amenazas son ampliamente superadas por las fortalezas y oportunidades. Seguidamente realizamos un análisis estratégico de la relación entre ellas.

<b>FORTALEZAS</b>	<b>DEBILIDADES</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Local Propio.</li> <li>➤ Servicio personalizado de atención al cliente.</li> <li>➤ Contará con reservas Online.</li> <li>➤ Contará con convenios con agencias de viaje.</li> <li>➤ Contará con servicio de vigilancia.</li> <li>➤ Ubicación estratégica, ya que estará ubicado en una esquina de la plaza de armas y a unos 60 metros del mar; lo que permitirá que el cliente tenga acceso a disfrutar de actividades diversas.</li> <li>➤ Servicio adicionales como: calefacción, y transporte.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Falta de servicio de restaurante.</li> <li>➤ No contar con estacionamiento.</li> </ul>

*FORTALEZAS Y DEBILIDADES*

<b>FORTALEZAS</b>	<b>DEBILIDADES</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>➤ Local Propio.</li><li>➤ Servicio personalizado de atención al cliente.</li><li>➤ Contará con reservas Online.</li><li>➤ Contará con convenios con agencias de viaje.</li><li>➤ Contará con servicio de vigilancia.</li><li>➤ Ubicación estratégica, ya que estará ubicado en una esquina de la plaza de armas y a unos 60 metros del mar; lo que permitirá que el cliente tenga acceso a disfrutar de actividades diversas.</li><li>➤ Servicio adicionales como: calefacción, y transporte.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>➤ Falta de servicio de restaurante.</li><li>➤ No contar con estacionamiento.</li></ul>

OPORTUNIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Crecimiento de la demanda debido a las nuevas Inversiones en Región La Libertad.</li> <li>➤ El turismo se incrementa debido a las facilidades y promociones emprendidas por el gobierno.</li> <li>➤ El desarrollo de ferias Internacionales permite difundir nuestras riquezas.</li> <li>➤ Existe un nicho de mercado con demandas solventes insatisfechas.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Crecimiento de la competencia en el sector hotelero.</li> <li>➤ Cambio de necesidad y gustos de los consumidores.</li> <li>➤ Incremento de requisitos reglamentarios costosos.</li> <li>➤ Incremento de las MIPYMES 2.5% anual.</li> </ul>

*OPORTUNIDADES Y AMENAZAS*

OPORTUNIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Crecimiento de la demanda debido a las nuevas inversiones en Región La Libertad.</li> <li>➤ El turismo se incrementa debido a las facilidades y promociones emprendidas por el gobierno.</li> <li>➤ El desarrollo de ferias internacionales permite difundir nuestras riquezas.</li> <li>➤ Existe un nicho de mercado con demandas solventes insatisfechas.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Crecimiento de la competencia en el sector hotelero.</li> <li>➤ Cambio de necesidad y gustos de los consumidores.</li> <li>➤ Incremento de requisitos reglamentarios costosos.</li> <li>➤ Incremento de las MIPYMES 2.5% anual.</li> </ul>

**Entre las fortalezas de la empresa se encuentran:**

- Local propio; se ha considerado apropiado contar con local propio, por la naturaleza del proyecto, una casa hospedaje, ya que así se podrá realizar sin ningún problema los arreglos según sea necesario.
- El servicio personalizado de atención al cliente, es otra fortaleza, ya que la empresa tiene como política, que el cliente es lo primero, y se lo atenderá de la mejor manera posible.
- La empresa contará con una página Web, es por ello que los clientes podrán hacer la reservación de su habitación vía Online.
- La empresa realizará convenios con diferentes agencias de viaje, con el fin de promocionar el servicio de hospedaje.
- La empresa tendrá una ubicación estratégica, en una esquina de la plaza de armas y a unos 60 metros de la playa, lo que permitirá que el cliente tenga acceso a

diferentes actividades.

- La empresa brindará servicios como aire acondicionado, calefacción, transporte, para que el cliente se sienta cómodo en nuestro establecimiento.

**Entre las debilidades de la empresa, se encuentran:**

- La empresa no cuenta con servicio de restaurante, lo que nos pone en desventaja con otros hospedajes que si brindan este servicio, pero la empresa realizara convenios con restaurantes de pescados y mariscos, pollos a la brasa y un chifa, para pedir servicio de delivery, esto con la finalidad de encaminarnos a un 100% manteniendo al cliente satisfecho.
- La empresa no contará con estacionamiento, lo cual consideramos una desventaja; pero se tendrá una lista de estacionamientos cercanos y seguros así como también estableceremos convenios con cocheras para que el cliente deje allí su auto.

**Entre las oportunidades de la empresa se encuentran:**

- El crecimiento de la demanda; es una oportunidad; ya que la empresa podrá contar con más clientes, siempre ofreciendo un servicio de hospedaje en las mejores condiciones.
- El sector turismo se incrementa gracias al apoyo del gobierno, esto es una gran oportunidad para nuestro rubro, ya que nuestra empresa se enfoca en turistas tanto nacionales como extranjeros, promoviendo la cultura y tradición de la provincia de Pacasmayo.
- El desarrollo de ferias internacionales permitirán promocionar la provincia de Pacasmayo, y Casa Hospedaje "El Encanto", asistirá a las ferias más importantes, promocionando nuestro servicio.
- Existe un nicho de mercado insatisfecho, es por ello que la empresa, se enfocará en la atención al cliente, y en brindarle una estadía cómoda, tranquila y segura.

**Entre las amenazas se encuentran:**

- Crecimiento de las MIPYMES 2.5% anual, y con ello informalidad en el crecimiento de la competencia en el sector turismo.
- Los gustos de los consumidores son cada vez más exquisitos, y cambian constantemente, es por ello que la empresa considera una amenaza los gustos y necesidades.
- Incremento de requisitos reglamentarios costosos; esta es una amenaza; ya que si se elevan los precios, afectará directamente a nuestros costos.

### 5.1.5. Estrategias

---

Para asegurar el crecimiento de la casa hospedaje "El Encanto" en la finalidad de darle soporte a la estrategia en mención, se llevarán a cabo las siguientes tácticas:

### **Estrategia de Posicionamiento.-**

- Se hará uso de publicidad masiva como: volantes (primer año) y página web.
- Buscar situarse como el mejor servicio en atención al cliente en casa hospedaje, proporcionando un servicio de calidad que significa: comodidad, tranquilidad, seguridad y discreción.
- Ofrecer precios acorde con el mercado, manteniendo siempre la calidad, el excelente servicio e instalaciones en óptimas condiciones.

### **Estrategia de Diferenciación.-**

- La Casa Hospedaje “El Encanto” brindara el servicio de transporte para un mejor desplazamiento del cliente hacia los lugares turísticos.
- Casa Hospedaje “El Encanto” ofrecerá además servicio de Calefacción / Aire acondicionado, Lavandería, Frigo Bar, Cable TV, Internet, Teléfono, Room Service, lo que hará competitiva a la empresa frente a la competencia.

### **Estrategias Operacionales:**

- Se contará con un soporte técnico el cual estará encargado del mantenimiento y reparación de los equipos con los que cuenta la empresa.
- Se contará con una recepcionista encargada del registro y control de clientes.
- Además habrá un botón el cual está encargado de ubicar y llevar el equipaje de los clientes a sus respectivas habitaciones.
- Se contará con personal de limpieza, encargada del mantenimiento permanente de todas las habitaciones y otros ambientes.

### **Estrategia de Marketing.-**

- Se brindará un buen servicio, demostrando limpieza y orden en sus instalaciones, eficiencia en la atención al cliente y precios razonables para lograr su posicionamiento y fidelidad del cliente.
- Mantener una comunicación constante y personalizada con nuestros clientes mediante el envío de cartas de ventas a sus correos personales donde les ofrezcamos: promociones, descuentos, eventos, entre otros. Asimismo, en fechas especiales, por ejemplo como cumpleaños, hacerles llegar nuestros saludos.
- Difundir a la casa hospedaje “El Encanto” mediante la creación de grupos de interés en medios que tengan bastante afluencia y congregación como lo son los virtuales, en especial el Facebook, google.

### **Estrategias Financieras:**

- Los socios aportarán directamente el 70% de la inversión inicial requerida. De este modo constituirá el Capital Social de la empresa.



- El 30% restante será financiado con un préstamo a una entidad financiera.

## 5.2. Estructura Organizacional

### 5.2.1. Organigrama

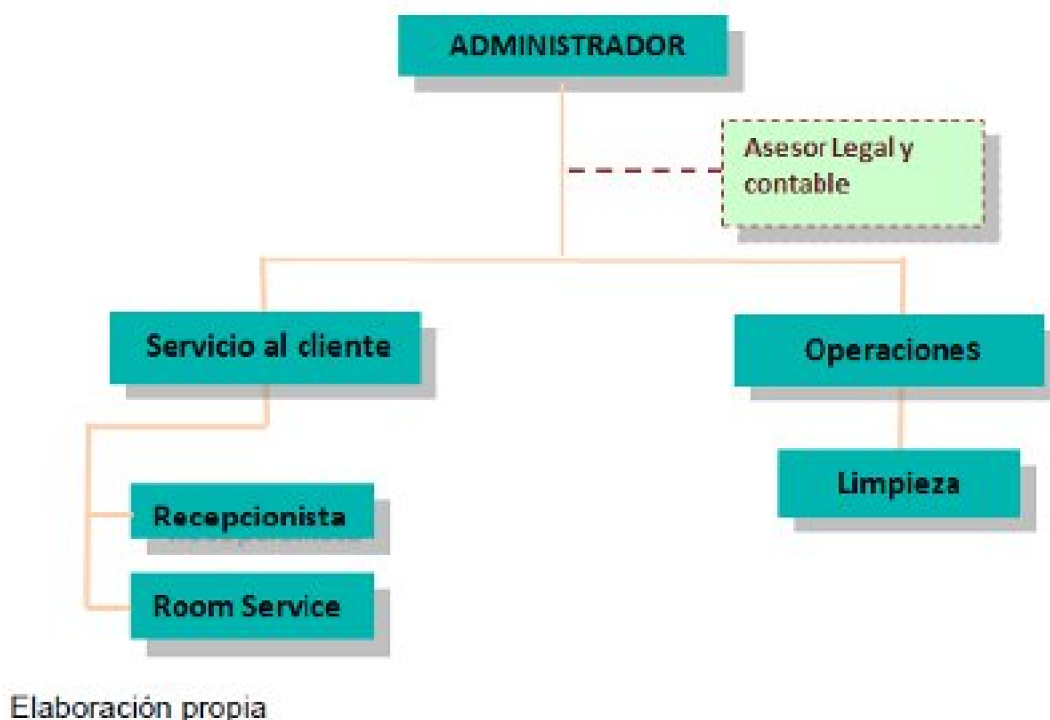


IMAGEN N° 05

### 5.2.2. Nombre

Será considerado como espacio acogedor, un lugar al cual quieres regresar, donde se brindará servicio excelente, buen trato y se podrá descansar y relajarse; y saldrás totalmente encantado, por tal razón se ha considerado designar el nombre de Casa Hospedaje "EL ENCANTO".



### **5.2.3. Equipo de Trabajo**

---

Se considera los siguientes puestos de trabajo:

Administrador/ Recepcionista

Botones

Mantenimiento de Limpieza

#### **5.2.3.1. Descripción de Cargos, Perfiles y Responsabilidad**

<b>CARGOS</b>	<b>PERFILES</b>
ADMINISTRADORA	Egresado en Administración de Empresas con especialización en atención al cliente. Manejo de office profesional a nivel intermedio. Experiencia en cargos administrativos. Capacidad para trabajar bajo presión, honestidad, responsabilidad y buen trato.
ASESOR CONTABLE	Egresado de estudios de Contabilidad. Manejo de office profesional a nivel intermedio. Amplia experiencia en el puesto. Excelente trato y honestidad demostrada.
RECEPCIONISTA	Recepcionista o estudios a fines. Nivel usuario office. Experiencia mínima de 2 años en el puesto. Capacidad para trabajar en quipo y trabajo bajo presión. Excelente trato y honestidad demostrada.
BOTONES	Secundaria completa. Experiencia mínima de un año en atención al cliente. Buen trato, responsabilidad y honestidad
PERSONAL DE LIMPIEZA	Secundaria completa. Experiencia mínima de un año en mantenimiento de hospedajes. Buen trato, responsabilidad y honestidad.

<b>CARGOS</b>	<b>PERFILES</b>
ADMINISTRADORA	Egresado en Administración de Empresas con especialización en atención al cliente. Manejo de office profesional a nivel intermedio. Experiencia en cargos administrativos. Capacidad para trabajar bajo presión, honestidad, responsabilidad y buen trato.
ASESOR CONTABLE	Egresado de estudios de Contabilidad. Manejo de office profesional a nivel intermedio. Amplia experiencia en el puesto. Excelente trato y honestidad demostrada.
RECEPCIONISTA	Recepcionista o estudios a fines. Nivel usuario office. Experiencia mínima de 2 años en el puesto. Capacidad para trabajar en grupo y trabajo bajo presión. Excelente trato y honestidad demostrada.
BOTONES	Secundaria completa. Experiencia mínima de un año en atención al cliente. Buen trato, responsabilidad y honestidad
PERSONAL DE LIMPIEZA	Secundaria completa. Experiencia mínima de un año en mantenimiento de hospedajes. Buen trato, responsabilidad y honestidad.

### **Tareas, Funciones y Responsabilidades**

#### **ADMINISTRADORA**

##### ***Tareas:***

- Dar a conocer los objetivos y prioridades de la organización.
- Facilitar el trabajo de sus colaboradores y, más que ejercer control, prestarles el apoyo necesario para que puedan realizar eficientemente sus tareas.
- Estimular la participación de sus colaboradores en la planificación, toma de decisiones y solución de problemas.
- Analizar y evaluar, conjuntamente con sus colaboradores, los logros alcanzados, las causas de las desviaciones y las posibles medidas correctivas.
- Delegar, tanto las funciones como el poder para tomar decisiones, dando suficiente autonomía de acción a sus colaboradores.

**F unciones:**

- Es la máxima autoridad de la empresa y la representa.
- Aprobar el plan estratégico y los planes de acción de la empresa.
- Aprobar el presupuesto operativo de la empresa.
- Dirigir y controlar las diferentes áreas de la empresa.
- Planificar las actividades de cada uno de los trabajadores.
- Dirigir la organización de manera que se alcancen sus objetivos en la forma más óptima posible.
- Medir, cualitativamente y cuantitativamente, la ejecución en relación con los patrones de actuación.
- Tomar las acciones correctivas para la buena marcha institucional

**Responsabilidades:**

- Velar por la buena imagen de la empresa
- Lograr el posicionamiento empresarial con estándares de calidad a nivel nacional.
- Dirigir los esfuerzos de la corporación, tendientes al desarrollo de las estrategias.
- Responder por los bienes del Proyecto casa hospedaje "El Encanto".

**ASESOR CONTABLE**

**Tareas:**

- Dirigir, coordinar, supervisar y evaluar al personal de la empresa.
- Elaborar las hojas de trabajo para la formulación del balance anual.
- Mantener coordinaciones permanentes con el administrador.
- Contabilizar las operaciones administrativas de ingresos y gastos.

**RECEPCIONISTA**

**Tareas:**

- Acoger al cliente.
- Brindar información sobre los servicios que brinda.
- Realizar el cobro de los diferentes servicios que la empresa brinda.
- Atender el teléfono.
- Enviar atenciones especiales.
- Apoyar en las tareas administrativas cuando se requiera.

**Responsabilidades**

- Atender a los clientes, practicando reglas de cortesía y sociabilidad.

- Conocer todos los servicios que se ofertan y el precio del servicio.
- Atender de forma eficiente las quejas y solicitudes de los clientes.
- Responder durante la jornada laboral por la recaudación diaria, tomando las medidas que garanticen la no existencia de sobrantes ni faltantes en la caja.
- Cumplir con las orientaciones que regulan las operaciones de la caja.
- Lograr la satisfacción del cliente.
- Impulsar las ventas de la empresa.

### **BOTONES**

#### **Tareas:**

- Revisar que cada habitación del hospedaje este en orden y que no le falte nada.
- Estar atento a cualquier pedido de los clientes.
- Apoyar en las tareas administrativas cuando se requiera.

#### **Funciones:**

- Ubicar a los clientes en las habitaciones que se les asigne.
- Cargar con el equipaje de los clientes.
- Atender al cliente con alguna inquietud con respecto a sus habitaciones.

#### **Responsabilidades:**

- Mantener en perfecto orden las habitaciones del hospedaje.
- Mantener la buena calidad del servicio de atención al cliente.

### **PERSONAL DE LIMPIEZA**

#### **Tareas:**

- Barrer, trapear, encerar y lustrar las instalaciones del Proyecto casa hospedaje “El Encanto”
- Sacudir los muebles y equipos.
- Regar y podar las plantas.
- Limpiar y desinfectar los servicios de: Habitaciones, servicios higiénicos, pasadizos, etc.
- Apoyar en las tareas administrativas cuando se requiera.

#### **Funciones:**

- Mantener en orden y aseadas las instalaciones del Proyecto casa hospedaje “El Encanto”.

#### **Responsabilidades**

- Mantener el buen Ornato de las instalaciones del Proyecto casa hospedaje “El Encanto”.

**5.2.3.2. Horario de Personal**

En cuanto al horario de trabajo de personal Administrativo llámese la recepcionista tendrá como horario de trabajo:

Mañana: 8:00am a 1.00pm

Tarde: 4:00pm a 8:00pm

PUESTO	5:00 AM	8:00 AM	10:00 AM	10 - 1 PM	2:00 PM	2 - 4 PM	4:00 PM	6:00 PM	8:00 PM	12:00 AM	12 - 4 AM
Administrador/ Recepcionista											
Botones											
Botones											
Per. de Mantenimiento											

Elaboración Propia

**TABLA N° 06 HORARIO DE PERSONAL**

PUESTO	5:00 AM	8:00 AM	10:00 AM	10 - 1 PM	2:00 PM	2 - 4 PM	4:00 PM	6:00 PM	8:00 PM	12:00 AM	12 - 4 AM
Administrador/ Recepcionista											
Botones											
Botones											
Per. de Mantenimiento											

Elaboración Propia

Ante ello se incluyen los días sábados, y los días domingos medio día; este será rotativo con el personal de botones.

**5.2.3.3. Mecanismo de Reclutamiento y Selección**

La empresa prevista que para el proyecto se considerara que el personal a seleccionarse será de acuerdo a la experiencia obtenida en empresas y cargos similares, asimismo, tendrá en cuenta el nivel de educación requerida, habilidades y conocimientos mínimas necesarias para el puesto vacante.

Para ello, se efectuará la convocatoria por medios escritos como “La Industria” y “El Nuevo Norte” de Trujillo, y bolsa de trabajo de las diferentes universidades como: Universidad Privada del Norte, Universidad Privada Antenor Orrego, Universidad Nacional de Trujillo.

El sistema de evaluación, constará de 3 partes, cada una de las cuales son excluyentes.

Evaluación curricular: Se evaluará el currículum de cada postulante, comprobando las 1. referencias e investigando su desempeño en anteriores trabajos. Finalmente se seleccionará a los 3 primeros, para la evaluación de conocimientos y entrevista personal.

Evaluación de conocimientos. Los postulantes se presentarán en la fecha indicada y 2. en horarios distintos. La evaluación de conocimientos considera el desarrollo de casos prácticos, para lo cual el postulante deberá contar con los conocimientos teóricos y las competencias requeridas para el cargo.

Entrevista personal. Para la realización de la entrevista se tendrá en cuenta 2 tipos 3. de entrevista (Entrevista Situacional, Entrevista Estructurada) y los resultados de la evaluación previa, con el fin de reforzar o ampliar los temas clave de nuestro interés.

#### **5.2.3.4. Programa de Capacitación y Evaluación de Personal**

Concluida la selección viene el proceso de capacitación y evaluación, que consiste en hacer conocer al personal los principales aspectos de la empresa (visión, misión, valores y reglas) y de sus labores (tareas, funciones y responsabilidades de su cargo) y a través de talleres de capacitación se realizara una evaluación y mejoramiento del desempeño sobre atención y servicio al cliente, para evaluar las actitudes, las conductas y la forma en que el empleado aplica sus conocimientos, habilidades y experiencias.

Una vez capacitados, estarán a prueba para ser evaluados y determinar si cumplen con las competencias que esperamos para poder ofrecer un servicio de primer nivel.

#### **5.2.3.5. Política Salarial y Fijación de Sueldos**

La política salarial de la empresa estará acorde a lo estipulado por la legislación vigente para el sector privado. El trabajador recibirá una bonificación por Navidad y otra por Fiestas Patrias. Laborarán ocho horas diarias y tendrán un descanso efectivo de un mes de trabajo después del año laboral.

La política salarial se basa en 5 puntos:

- Contrato a plazo fijo de 6 meses para el Administrador y Botones.
- Contratos plazo fijo de 3 meses para el personal de Mantenimiento.
- Fijación de sueldos sobre el promedio del mercado.

(En nuevos soles)

Concepto	Nº de Trabajadores	Sueldo Mensual	CTS	Beneficios Sociales	Sueldo Total	Sueldo Anual	TOTAL
<b>MANO DE OBRA DIRECTA</b>							
Botones	2	700,00	70,00	28,00	798,00	11.172,00	22.344,00
<b>TOTAL MANO DE OBRA DIRECTA</b>							<b>22.344,00</b>
<b>MANO DE OBRA INDIRECTA</b>							
Aseo y Mantenimiento	4	650,00	85,00	26,00	741,00	10.374,00	10.374,00
<b>TOTAL MANO DE OBRA INDIRECTA</b>							<b>10.374,00</b>
<b>ADMINISTRACION</b>							
Administrador/Recepcionista	1	1.400,00	140,00	58,00	1.598,00	20.344,00	20.344,00
<b>SERVICIOS POR TERCEROS</b>							
Asesor Contable	1	150,00			150,00	1.800,00	1.800,00
<b>TOTAL SUELDO ADMINISTRATIVOS</b>							<b>21.144,00</b>

Referencia Organigrama - Estimaciones Propias

**CUADRO Nº 24 PRESUPUESTO DE GASTO DE PERSONAL Y SERVICIOS DE TERCEROS**



# CAPÍTULO VI: INGRESOS Y COSTOS

**CAPÍTULO VI:**  
**INGRESOS Y COSTOS**

## 7.1. Inversiones

### 7.1.1. Inversión, Depreciación y Amortización de Activos

La inversión total del proyecto en activo fijo será de S/. 129,075.00 correspondiendo el mayor gasto al rubro inmuebles con S/.78, 970 que comprende el valor del terreno e infraestructura. Le siguen en orden de gasto maquinaria y equipo con S/.26,842.75 muebles y enseres con S/.23,262.25.

### CUADRO N° 25

#### INVERSIÓN, DEPRECIACIÓN Y AMORTIZACIÓN DE ACTIVOS

							Horizonte	5
(En nuevos soles - Sin IGV)								
CONCEPTO	Inversión			Depreciación/Amortización			Valor residual	
	Cantidad	Precio S/.	Total	Vida útil	Tasa	Valor		
<b>ACTIVO FIJO</b>			<b>129.075,00</b>			<b>6.494,44</b>	<b>96.602,80</b>	
<b>Inmuebles</b>			<b>78.970,00</b>			<b>1.483,94</b>	<b>71.550,30</b>	
Terreno	1	30.000,00	30.000,00			0,0		
Infraestructura	1	48.970,00	48.970,00	33	3%	1.483,94		
<b>Maquinaria y Equipo</b>			<b>26.842,75</b>			<b>2.684,28</b>	<b>13.421,38</b>	
Laptop	1	2.546,50	2.546,50	3	10%	254,65		
Computadora	1	1.787,50	1.787,50	3	10%	178,75		
Televisores LG 14 p.	15	302,50	4.537,50	3	10%	453,75		
Reproductores DVD	1	123,75	123,75	3	10%	12,38		
Equipo SONY de 180 W	1	550,00	550,00	3	10%	55,00		
Ventilador de pared	8	93,50	748,00	3	10%	74,80		
Extintores	4	261,25	1.045,00	3	10%	104,50		
Sistema de aire acondicionado/calefacción	7	1.375,00	9.625,00	5	10%	962,50		
Televisores LG 24 p.	1	1.999,25	1.999,25	3	10%	199,93		
Lavadora 12Kg	1	1.647,25	1.647,25	3	10%	164,73		
Refrigeradora 300Lt.	1	1.210,00	1.210,00	3	10%	121,00		
Refrigo Bar 130 Lt.	3	341,00	1.023,00	3	10%	102,30		
<b>Mobiliario</b>			<b>23.262,25</b>			<b>2.326,23</b>	<b>11.631,13</b>	
Barra tipo mostrador (recepcion)	1	220,00	220,00	10	10%	22,00		
Silla giratoria con respaldo	2	206,25	412,50	3	10%	41,25		
Espejo para sala de Recepción	1	178,75	178,75	3	10%	17,88		
Camas 1.5 plaza	16	192,50	3.080,00	10	10%	308,00		
Camas 2 plazas	3	275,00	825,00	10	10%	82,50		
Mesa de noche	28	55,00	1.540,00	5	10%	154,00		
Comodas	15	151,25	2.268,75	5	10%	226,88		
Sillas de madera para habitaciones	15	22,00	330,00	5	10%	33,00		
Colchones 1 plaza y media	16	550,00	8.800,00	4	10%	880,00		
Colchones 2 plazas	3	962,50	2.887,50	4	10%	288,75		
Lamparas para mesa de noche	28	22,00	616,00	2	10%	61,60		
Espejo para baños	15	22,00	330,00	3	10%	33,00		
pofs recepción	5	247,50	1.237,50	3	10%	123,75		
Juego de mueble	3	178,75	536,25	5	10%	53,63		
<b>Intangibles</b>			<b>22.411,75</b>			<b>4.482,35</b>	<b>(0,00)</b>	
Estudio de Pre-Factibilidad	1	5.000,00	5.000,00	5	20%	1.000,00	-	
Estudios Definitivos	1	2.500,00	2.500,00	5	20%	500,00	-	
Constitución y Organización de Empresa	1	<b>1.410,24</b>	1.410,24	5	20%	282,05	-	
Constitución de Empresa		368,49					-	
Licencias Municipales		454,80					-	
Anuncios Publicitarios		296,00					-	
Libros de Contabilidad		75,00					-	
Libro de Planillas		74,50					-	
Registro de Marca		141,45					-	
Lanzamiento	1	350,00	350,00	5	20%	70,00	-	
Software - Página Web	1	500,00	500,00	5	20%	100,00	-	
Reclutamiento + Selección de Personal + Cap	1	848,74	848,74	5	20%	169,75	(0,00)	
Remodelación del Local	1	11.150,00	11.150,00	5	20%	2.230,00	-	
Imprevistos 3%	3%	652,77	652,77	5	20%	130,55	-	
<b>TOTAL ACTIVOS FIJOS</b>		<b>129.075,00</b>		<b>6.494,44</b>		<b>Valor Residual</b>	<b>96.602,80</b>	
<b>TOTAL ACTIVOS INTANGIBLES</b>		<b>22.411,75</b>		<b>4.482,35</b>		<b>Valor Residual</b>	<b>0,00</b>	

Elaboración propia - Fuente: SUNAT

### 7.1.2. Inversión y Reinversión en Capital de Trabajo

En el presente cuadro se muestra la distribución de la inversión y la reinversión del capital de trabajo, que es el recurso económico destinado al funcionamiento inicial y permanente del negocio a lo largo del horizonte de evaluación del proyecto.

#### CUADRO N° 26

#### INVERSIÓN Y REINVERSIÓN EN CAPITAL DE TRABAJO

(En nuevos soles)

Concepto	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Costos de Producción		72.539,85	73.617,83	76.366,74	77.504,99	80.387,85
Gastos Administrativos		28.588,61	30.302,53	30.302,53	30.302,53	30.302,53
<b>Total de Costos y Gastos</b>		<b>101.128,47</b>	<b>103.920,36</b>	<b>106.669,27</b>	<b>107.807,52</b>	<b>110.690,38</b>
Variaciones del Capital de Trabajo	101.128,47	2.791,89	2.748,92	1.138,25	2.882,86	
<i>Factor de Desface</i>	3/12	3/12	3/12	3/12	3/12	
<b>TOTAL SIN IGV</b>	<b>25.282,12</b>	<b>697,97</b>	<b>687,23</b>	<b>284,56</b>	<b>720,71</b>	<b>0,00</b>
Costos de Producción		80.106,01	81.388,79	84.349,18	85.703,70	88.807,93
Gastos Administrativos		29.433,09	31.472,66	31.472,66	31.472,66	31.472,66
<b>Total de Costos y Gastos</b>		<b>109.539,10</b>	<b>112.861,45</b>	<b>115.821,84</b>	<b>117.176,35</b>	<b>120.280,59</b>
Variaciones del Capital de Trabajo	109.539,10	3.322,35	2.960,39	1.354,52	3.104,24	
<i>Factor de Desface</i>	3/12	3/12	3/12	3/12	3/12	
<b>TOTAL CON IGV</b>	<b>27.384,77</b>	<b>830,59</b>	<b>740,10</b>	<b>338,63</b>	<b>776,06</b>	<b>0,00</b>

Elaboración propia - Referencia Cuadros: N° 18, 22

### 7.1.3. Resumen de las Inversiones

A continuación se muestra el resumen de inversión en Activo Fijo, Activo Intangible y Capital de Trabajo.

El capital de trabajo para el inicio de las operaciones es de S/.22,182.00 (para tres meses de operaciones), con menores aportes anuales a partir del año 1 en adelante, debido a la generación de fondos por el proyecto.

#### CUADRO N° 27

#### RESUMEN DE LAS INVERSIONES

(En nuevos soles)

Descripción	Monto sin IGV	Monto con IGV	IGV
Activo Fijo	104.551	129.075	24.524
Activo Intangible	18.154	22.412	4.258
Capital de Trabajo	22.182	27.385	
<b>TOTAL</b>	<b>144.886</b>	<b>178.872</b>	<b>28.782</b>

Se considera Capital de Trabajo para 3 meses

Elaboración propia

## 7.2. Costos y Gastos Projectados

### 7.2.1. Materia Prima Directa

Para determinar los costos variables de materiales directos, se ha tomado el total de habitaciones, que es de 15; a este total se extrajo el porcentaje, según tipo de habitación, simples 8, dobles 4 y suites 3, resultando el 53% de materiales directos para simples, el 27% para dobles y el 20% para suites.

### CUADRO N° 28

#### MATERIALES DIRECTOS POR SERVICIO

Producto	Materiales	Cantidad	Costo	Costo x paquete
Simples	Higiene	8	3,33	5,60
	Mantenimiento		2,33	
	Jabòn hotelero		0,50	
	Papel Higienico		0,50	
<b>TOTAL</b>			<b>6,67</b>	
Dobles	Higiene	4	3,33	6,44
	Mantenimiento		3,33	
	Jabòn hotelero		0,50	
	Papel Higienico		0,50	
<b>TOTAL</b>			<b>7,67</b>	
Suites	Higiene	3	3,33	7,28
	Mantenimiento		4,33	
	Jabòn hotelero		0,50	
	Papel Higienico		0,50	
<b>TOTAL</b>			<b>8,67</b>	

Elaboración propia

A continuación se presenta un cuadro que muestra el total de atenciones a ofrecer por cada año según tipo de servicio:

### CUADRO N° 29

#### PROGRAMA DE ATENCIÓN

(En servicios al año)

ITEM	%	2011	2012	2013	2014	2015
<b>SERVICIOS</b>		<b>4.582</b>	<b>4.706</b>	<b>4.834</b>	<b>4.965</b>	<b>5.099</b>
Simple	53%	2.444	2.510	2.578	2.648	2.719
Dobles	27%	1.222	1.255	1.289	1.324	1.360
Suite	20%	916	941	967	993	1.020
<b>TOTAL</b>	<b>100,00%</b>	<b>4.582</b>	<b>4.706</b>	<b>4.834</b>	<b>4.965</b>	<b>5.099</b>

Elaboración propia

Variación

0,00%

2,71%

2,72%

2,71%

2,70%

Adicionalmente, se muestra el presupuesto total de materiales directos, tomando en cuenta el costo por servicio calculado y el número de atenciones

p

o

r

### **CUADRO N° 30**

#### **PRESUPUESTO TOTAL DE MATERIALES DIRECTOS SEGÚN SERVICIO**

(En nuevos soles)

ITEM		01	02	03	04	05
Simples	48%	13.691,88	14.061,62	14.442,58	14.834,73	15.232,49
Dobles	28%	7.872,83	8.085,43	8.304,48	8.529,97	8.761,90
Suite	24%	6.671,15	6.853,22	7.042,58	7.231,93	7.428,57
<b>TOTAL</b>		<b>28.235,85</b>	<b>29.000,28</b>	<b>29.789,64</b>	<b>30.596,64</b>	<b>31.422,97</b>

Elaboración propia - Referencia: Cuadros N° 09 y N°11

año, así se obtiene el total anual requerido a lo largo del horizonte de evaluación:

### **CUADRO N° 31**

#### **7.2.2. PRESUPUESTO DE GASTO DE PERSONAL Y SERVICIO DE TERCEROS**

##### **Presupuesto de Personal**

Se considera en el costo de la mano de obra la remuneración más beneficios del empleador por cada uno de los trabajadores que tiene.

(En nuevos soles)

Concepto	Nº de Trabajadores	Sueldo Mensual	CTS	Beneficios Sociales	Sueldo Total	Sueldo Anual	TOTAL
<i>MANO DE OBRA DIRECTA</i>							
Botones	2	700,00	70,00	28,00	798,00	11.172,00	22.344,00
<b>TOTAL MANO DE OBRA DIRECTA</b>							<b>22.344,00</b>
<i>MANO DE OBRA INDIRECTA</i>							
Aseo y Mantenimiento	1	650,00	65,00	26,00	741,00	10.374,00	10.374,00
<b>TOTAL MANO DE OBRA INDIRECTA</b>							<b>10.374,00</b>
<i>ADMINISTRACION</i>							
Administrador/Recepcionista	1	1.400,00	140,00	56,00	1.596,00	22.344,00	22.344,00
<i>SERVICIOS POR TERCEROS</i>							
Asesor Contable	1	150,00			150,00	1.800,00	1.800,00
<b>TOTAL SUELDO ADMINISTRATIVOS</b>							<b>24.144,00</b>

Referencia Organigrama - Estimaciones Propias

### 7.2.3. Gastos Indirectos de Producción

Los costos indirectos de fabricación son generados por la actividad del negocio, sin los cuales no se podría elaborar la limpieza respectiva.

#### CUADRO N° 32

#### PRESUPUESTO DE GASTOS INDIRECTOS

(En nuevos soles)

ITEM	%	2011	2012	2013	2014	2015
Electricidad	32,33%	3.600,00	3.697,42	3.797,99	3.900,92	4.006,20
Agua	26,94%	3.000,00	3.081,19	3.164,99	3.250,76	3.338,50
Internet	40,73%	4.536,00	4.658,76	4.785,47	4.915,15	5.047,81
<b>TOTAL MATERIALES</b>	<b>100%</b>	<b>11.136,00</b>	<b>11.437,37</b>	<b>11.748,46</b>	<b>12.066,84</b>	<b>12.392,51</b>

Elaboración propia

### 7.2.4. Gastos de Administración

Los gastos de administración se relacionan con los pagos que debe realizar la empresa a sus empleados, así como los gastos de oficina necesarios para que pueda funcionar el proyecto.

#### CUADRO N° 33

#### PRESUPUESTO GASTOS ADMINISTRATIVOS

(En nuevos soles)

Descripción	2011		2012		2013		2014		2015	
	01	02	03	04	05	06	07	08	09	
Útiles de Escritorio	629	629	629	629	629	629	629	629	629	
Útiles de Limpieza	2.400	2.400	2.400	2.400	2.400	2.400	2.400	2.400	2.400	
Sueldos	24.144	24.144	24.144	24.144	24.144	24.144	24.144	24.144	24.144	
Plan de Capacitación	-	824	824	824	824	824	824	824	824	
Mantenimiento y Reparación del Local	-	840	840	840	840	840	840	840	840	
Teléfono	600	600	600	600	600	600	600	600	600	
Imprevistos 3%	815	865	865	865	865	865	865	865	865	
<b>TOTAL SIN IG</b>	<b>28.589</b>	<b>30.303</b>	<b>30.303</b>	<b>30.303</b>	<b>30.303</b>	<b>30.303</b>	<b>30.303</b>	<b>30.303</b>	<b>30.303</b>	
<b>TOTAL CON IG</b>	<b>29.433</b>	<b>31.473</b>	<b>31.473</b>	<b>31.473</b>	<b>31.473</b>	<b>31.473</b>	<b>31.473</b>	<b>31.473</b>	<b>31.473</b>	
<b>IG</b>	<b>844</b>	<b>1.170</b>	<b>1.170</b>	<b>1.170</b>	<b>1.170</b>	<b>1.170</b>	<b>1.170</b>	<b>1.170</b>	<b>1.170</b>	

Elaboración propia - \* Incluye pago de tributos

### 7.2.5. Gastos de Ventas

En el cuadro de Ventas se presentan los sueldos del personal de ventas, así como también, los gastos incurridos por concepto de Marketing y Publicidad.



En cuanto a los gastos de publicidad y marketing incluye 3 rubros:

Publicidad: tarjetas, volantes y volanteó.

Publicidad en páginas Webs: realización de una página web, así como también publicar en internet en páginas como Facebook y Google.

### CUADRO N° 34 PRESUPUESTO GASTOS DE VENTA

(En nuevos soles)

	2011	2012	2013	2014	2015
Descripción	01	02	03	04	05
Publicidad y Marketing	5.394	5.394	5.394	5.394	5.394
Publicidad	3.630	3.630	3.630	3.630	3.630
Actividades y Eventos	500	500	500	500	500
Merchandising	1.264	1.264	1.264	1.264	1.264
Transporte	1.320	1.320	1.320	1.320	1.320
Uniformes	580	580	580	580	580
<b>TOTAL SIN IGIV</b>	<b>7.294</b>	<b>7.294</b>	<b>7.294</b>	<b>7.294</b>	<b>7.294</b>
<b>TOTAL CON IGIV</b>	<b>8.680</b>	<b>8.680</b>	<b>8.680</b>	<b>8.680</b>	<b>8.680</b>
<b>IGV</b>	<b>1.386</b>	<b>1.386</b>	<b>1.386</b>	<b>1.386</b>	<b>1.386</b>

Elaboración propia

Merchandising: Elaboración porta lapiceros, stickers y llaveros con el logo de la empresa como obsequio a los clientes, al momento de la compra.

#### 7.2.6. Presupuesto de Costos Directos e Indirectos

El siguiente cuadro muestra los flujos de los *Costos Directo como: Materiales*

(En nuevos soles)

Descripción	2011	2012	2013	2014	2015
<b>COSTOS DIRECTOS</b>	<b>50.580</b>	<b>51.344</b>	<b>53.251</b>	<b>54.058</b>	<b>56.057</b>
Materiales Directos	28.236	29.000	29.790	30.597	31.423
Mano de Obra Directa	22.344	22.344	23.461	23.461	24.634
<b>COSTOS INDIRECTOS</b>	<b>21.510</b>	<b>21.811</b>	<b>22.641</b>	<b>22.960</b>	<b>23.830</b>
Materiales Indirectos	11.136	11.437	11.748	12.067	12.393
Mano de Obra Indirecta	10.374	10.374	10.893	10.893	11.437
<b>TOTAL SIN IGIV</b>	<b>72.090</b>	<b>73.156</b>	<b>75.892</b>	<b>77.017</b>	<b>79.887</b>
<b>TOTAL CON IGIV</b>	<b>81.542</b>	<b>82.810</b>	<b>85.854</b>	<b>87.193</b>	<b>90.385</b>
<b>IGV</b>	<b>9.452</b>	<b>9.654</b>	<b>9.962</b>	<b>10.176</b>	<b>10.498</b>

Elaboración propia - Referencia: Cuadros N° 10, 19

Directos y Mano de Obra Directa, y los *Costos Indirectos* como: Materiales Indirectos, Mano de Obra Indirecta.

### **CUADRO N° 36**

#### **DEPRECIACIÓN DEL ACTIVO FIJO Y AMORTIZACIÓN DEL INTANGIBLE**

(En nuevos soles)

		2011	2012	2013	2014	2015
Descripción	Inversión	01	02	03	04	05
<b>INTANGIBLES</b>	<b>22.412</b>	<b>4.482</b>	<b>4.482</b>	<b>4.482</b>	<b>4.482</b>	<b>4.482</b>
Estudio de Pre-Factibilidad	5.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000
Estudios Definitivos	2.500	500	500	500	500	500
Constitución y Organización de Empresa	1.410	282	282	282	282	282
Lanzamiento	350	70	70	70	70	70
Software - página web	500	100	100	100	100	100
Reclutamiento y Selección de Personal	849	170	170	170	170	170
Remodelación del local	11.150	2.230	2.230	2.230	2.230	2.230
Imprevistos 3%	653	131	131	131	131	131
<b>TANGIBLES</b>	<b>179.180</b>	<b>11.505</b>	<b>11.505</b>	<b>11.505</b>	<b>11.505</b>	<b>11.505</b>
Maquinaria y Equipo	26.843	2.684	2.684	2.684	2.684	2.684
Inmuebles	129.075	6.494	6.494	6.494	6.494	6.494
Moviliario	23.262	2.326	2.326	2.326	2.326	2.326
<b>TOTAL</b>	<b>201.592</b>	<b>15.987</b>	<b>15.987</b>	<b>15.987</b>	<b>15.987</b>	<b>15.987</b>
<b>ACUMULADO</b>		<b>15.987</b>	<b>31.975</b>	<b>47.962</b>	<b>63.949</b>	<b>79.936</b>

Elaboración propia - Referencia Cuadro N° 13

#### **7.2.7. Depreciación del Activo Fijo y Amortización de Intangibles**

El presente cuadro muestra la depreciación del activo fijo para cada uno de los años proyectados que es de S/. 11.505 y la amortización del activo intangible es de S/. 4.482 anuales.

### **CUADRO N° 35**

#### **PRESUPUESTO DE COSTOS DIRECTOS E INDIRECTOS**

#### **7.3. Financiamiento**

##### **7.3.1. Estructura de Capital**

El capital para la implementación del proyecto será asumido en un 70% aporte propio y el 30% será financiado mediante un préstamo bancario el cual se detalla más adelante.

**GRAFICO N° 0**  
**ESTRUCTURA DE CAPITAL**

**CUADRO N° 37**  
**ESTRUCTURA DE CAPITAL**

(En nuevos soles)

Descripción	Monto de capital S/.	%
Aporte Propio	125.461	70,00%
Préstamo	53.769	30,00%
Inversión Total	179.230	100,00%

*Elaboración propia*

### 7.3.2 Alternativas de Financiamiento

## CUADRO N° 38

### ALTERNATIVAS DE FINANCIAMIENTO EXTERNO

#### ANEXO : ANÁLISIS DE ALTERNATIVAS DE FINANCIAMIENTO EXTERNO

Banco	<b>INTERBANK</b>	<b>CREDITO MAYOR A UN AÑO</b>					
VP		<b>Bancos</b>	<b>Tasa Pizarra</b>	<b>Gastos Administ.</b>	<b>Comisión Desembol.</b>	<b>Sdeguero Desgrav.</b>	<b>TASA REAL</b>
N = Años		BBVA	45,00%	12,52	120,00	0,2921%	
<b>Tasa Anual</b>	<b>30,00%</b>	INTERBANK	30,00%	13,50	180,00	0,2792%	31,79%
		BCP	37,00%	18,32	0,00	0,2971%	

Elaboración propia

#### **REQUISITOS:**

##### ***Dependiente***

- Tener entre 21 y 65 años de edad.
- Antigüedad laboral mayor a un (1) año.
- Fotocopia de Documento de Identidad.
- Última boleta de pago, si es trabajador dependiente con ingreso fijo, 3 últimas si es trabajador dependiente con ingreso variable.

##### ***Independiente***

- Tener entre 21 y 65 años de edad.
- Antigüedad laboral mayor a un (1) año.
- Fotocopia de Documento de Identidad.

Dos (2) últimas declaraciones anuales de Impuesto a la Renta de 4ta Categoría y recibos por honorarios profesionales y/o pagos a Sunat de los últimos 3 meses, si es trabajador independiente.

Dos (2) últimas declaraciones juradas del impuesto a la renta, contratos de alquiler, copia de autovalúo o propiedad arrendada y 2 últimos pagos a la Sunat si es rentista.

Copia de la constitución de la empresa, última declaración jurada de la empresa o ficha registral, estado de cuenta corriente de la empresa y 3 últimos pagos de IGV. si es accionista de una pequeña empresa.



### 7.3.3 Cuadros de Amortización de la Deuda

Buscamos alternativas de financiamiento en bancos. Finalmente el INTERBANK fue la elección que favorece a la realización del proyecto.

## CUADRO N° 39

### AMORTIZACIÓN DE LA DEUDA: PLAN FINANCIERO

(En nuevos soles)

	2.011	2.012	2.013	2.014	2.015
Descripción	01	02	03	04	05
Simple	75.990	78.042	80.156	82.333	84.540
Doble	66.748	68.550	70.408	72.319	74.286
Suite	73.126	75.122	77.197	79.273	81.429
<b>TOTAL SIN IG</b>	<b>215.864</b>	<b>221.714</b>	<b>227.761</b>	<b>233.925</b>	<b>240.255</b>
<b>TOTAL CON IG</b>	<b>256.878</b>	<b>263.840</b>	<b>271.036</b>	<b>278.371</b>	<b>285.903</b>
<b>IG</b>	<b>41.014</b>	<b>42.126</b>	<b>43.275</b>	<b>44.446</b>	<b>45.648</b>

Elaboración propia - Referencia: Cuadro N° 09

### 7.4. Ingresos Projectados

#### 7.4.1. Ingresos por Ventas

En el presente cuadro se muestra los precios de los productos, los cuales se estructuraron teniendo en cuenta los costos en que se incurrirán como: costos de producción, gastos administrativos y de ventas; el precio de la competencia indirecta, y finalmente el margen de utilidad que se desee obtener.

## CUADRO N° 40

Así, el **ESTRUCTURA DE PRECIOS** cuadro de

(En nuevos soles)

Producto	Valor de Venta	IG	Precio Medio	Costo Total Medio	Margen Contribución
Simple	31,09	5,91	37,00	490.379	490.348
Doble	54,62	10,38	65,00	856.177	856.122
Suite	79,83	15,17	95,00	647.068	646.989

Elaboración propia

presupuesto de ingresos, presenta el total de ingreso por cada tipo de servicio teniendo en cuenta el programa de atenciones a ofrecer (mencionado anteriormente) y el valor de venta por servicio del cuadro estructura de precios.

## CUADRO N° 41

### PRESUPUESTO DE INGRESOS

(En nuevos soles - En términos nominales)

	2011	2012	2013	2014	2015
Descripción	01	02	03	04	05
Intereses	9.920	7.936	5.952	3.968	1.984
Amortización	10.754	10.754	10.754	10.754	10.754
Saldo	43.015	32.261	21.508	10.754	0
Cuota	20.674	18.690	16.706	14.722	12.738

Elaboración propia

#### 7.4.2. Recuperación de Capital de Trabajo

En el siguiente cuadro se aprecia que en el año 0 se necesitará un capital de trabajo inicial de S/. 27.743,66 A partir del año 1 hasta el año 4 se necesitará como capital de trabajo el correspondiente a 3 meses de operaciones, siendo este un monto menor al obtenido en el año 0 debido a que se genera ingresos por la venta de productos.

## CUADRO N° 42

### RECUPERACIÓN DEL CAPITAL DE TRABAJO

(En nuevos soles - Incluye IGV)

Descripción	00	01	02	03	04	05
Capital de Trabajo Inicial	27.743,66					
Capital de Trabajo Incremental		826,96	761,00	334,80	798,01	
Recuperación del Capital de Trabajo						30.464

Elaboración propia

#### 7.4.3. Valor de Desecho Neto

El siguiente cuadro muestra el valor de desecho que se obtendría al final del horizonte de evaluación de proyecto. Este monto se obtiene de las ventas de activos que se puedan realizar al momento de liquidación del producto.

## CUADRO N° 43

### VALOR DE DESECHO

(En nuevos soles - Incluye IGV)

Descripción	00	01	02	03	04	05
Valor Residual						114.957,34

Elaboración propia - Referencia: Cuadro NP24





# CAPÍTULO VII: EVALUACIÓN ECONOMICA Y FINANCIERA

## 7.1. Supuestos Generales

Los cálculos han sido desarrollados en nuevos soles, considerando la inflación anual proyectada al 2013 de 3.00%, a lo largo del horizonte de planeamiento.

El tipo de cambio fue obtenido del Banco Central de Reserva.

ITEM	VALOR
Inflación Anual*	3,00%
Crecimiento Econ. La Libertad**	7,00%
Crecimiento de Turistas La Libertad****	2,71%
Impuesto a la Renta	18,00%
IGV	19,00%
Beneficios Sociales	4,00%
CTS	0,00%
Tipo de Cambio	2,75
Incremento de Sueldos ***	5,00%
Número de Sueldos al Año	14
Participación del Proyecto	90,00%
Crecimiento del Proyecto	0,00%
Reducción del Precio	0%
Elevación de Costo de M.D.	0%
Ventas a Contado	100%
Compras a Contado	100%

\* Banco Central de Reserva del Perú - Proyección Macroeconómicas 2010-2013

\*\* En el año 3 y 5

\*\*\*\* Según BADATAUR PROMEDIO del % de crecimiento del turismo receptivo La Libertad 2010-2013

CUADRO N° 44 SUPUESTOS

ITEM	VALOR
Inflación Anual*	3,00%
Crecimiento Econ. La Libertad**	7,00%
Crecimiento de Turistas La Libertad****	2,71%
Impuesto a la Renta	18,00%
IGV	19,00%
Beneficios Sociales	4,00%
CTS	0,00%
Tipo de Cambio	2,75
Incremento de Sueldos ***	5,00%
Número de Sueldos al Año	14
Participación del Proyecto	90,00%
Crecimiento del Proyecto	0,00%
Reducción del Precio	0%
Elevación de Costo de M.D.	0%
Ventas a Contado	100%
Compras a Contado	100%

\* Banco Central de Reserva del Perú - Proyección Macroeconómicas 2010-2013

\*\*\* En el año 3 y 5

\*\*\*\* Según BADATAUR PROMEDIO del % de crecimiento del turismo receptivo La Libertad 2010-2013

## 7.2. Flujo de Caja Projectado

### 7.2.1. Módulo del Impuesto General a las Ventas

El presente cuadro muestra el módulo del IGV, en donde, el Balance Operativo es la suma del IGV de Ingresos y el IGV de Costos Operativos, siendo el Crédito Fiscal el IGV que respalda la adquisición de bienes y/o servicios en el año 0. Teniendo así el IGV por pagar al final de cada período.

(En nuevos soles)	00	01	02	03	04	05
IGV de Ingresos		-41.014	-42.126	-43.275	-44.448	-45.648
IGV de Costos de Inversión y Liquidación	28.782					-18.355
IGV de Costos Operativos		11.682	12.210	12.518	12.732	13.054
<b>Balance Operativo</b>		<b>-29.332</b>	<b>-29.916</b>	<b>-30.757</b>	<b>-31.714</b>	<b>-32.894</b>
Crédito Fiscal	28.782					
IGV por Pagar		-550	-29.916	-30.757	-31.714	-50.949

CUADRO Nº 45 MODULO GENERAL DEL IMPUESTO A LAS VENTAS

(En nuevos soles)	00	01	02	03	04	05
IGV de Ingresos		-41.014	-42.126	-43.275	-44.448	-45.648
IGV de Costos de Inversión y Liquidación	28.782					-18.355
IGV de Costos Operativos		11.682	12.210	12.518	12.732	13.054
<b>Balance Operativo</b>		<b>-29.332</b>	<b>-29.916</b>	<b>-30.757</b>	<b>-31.714</b>	<b>-32.894</b>
Crédito Fiscal	28.782					
IGV por Pagar		-550	-29.916	-30.757	-31.714	-50.949

### 7.2.2. Flujo de Caja Anual Financiado del Proyecto

A continuación, se presenta el Flujo de Caja Anual Financiado, que refleja los ingresos y egresos de efectivo que se producirán a lo largo de los 5 años, presentando saldos acumulados positivos al final de cada período.

Estudio de pre - factibilidad para la implementación de casa hospedaje “El Encanto” en la provincia de Pacasmayo, 2010

(En nuevos soles)

	00	01	02	03	04	05
<b>Ingresos Operativos</b>	0	256.578	263.840	271.036	278.371	285.903
Ventas al Contado	100%	256.578	263.840	271.036	278.371	285.903
Cobranza Realizada	0%	0	0	0	0	0
<b>Egresos</b>	<b>-151.487</b>	<b>-136.747</b>	<b>-169.973</b>	<b>-174.455</b>	<b>-177.666</b>	<b>-200.705</b>
Costos de Inversión						
Activo Fijo	-129.075					
Activo Intangible	-22.412					
Costos de Producción						
Compras al Contado	100%	-81.542	-82.810	-85.854	-87.150	-90.385
Pagos Realizados	0%	0	0	0	0	0
Costos de Operación						
Gastos Administrativos		-29.433	-31.473	-31.473	-31.473	-31.473
Gastos de Ventas		-8.880	-8.880	-8.880	-8.880	-8.880
Impuesto General a las Ventas		-550	-29.916	-30.757	-31.734	-30.949
Impuesto a la Renta Deducido E.F.		-10.543	-17.096	-17.891	-18.598	-19.221
<b>Flujo de Efectivo</b>	<b>-151.487</b>	<b>120.131</b>	<b>93.867</b>	<b>96.581</b>	<b>100.713</b>	<b>85.195</b>
Préstamo recibido	53.759					
Amortización		-10.754	-10.754	-10.754	-10.754	-10.754
Intereses		-9.920	-7.956	-5.952	-3.968	-1.984
Escudo fiscal		1.786	1.429	1.071	714	357
<b>Flujo Financiado</b>	<b>-97.718</b>	<b>101.243</b>	<b>76.605</b>	<b>80.947</b>	<b>86.705</b>	<b>72.815</b>
<b>SALDO INICIAL</b>	<b>125.461</b>					
<b>Saldo acumulado</b>	<b>27.744</b>	<b>128.988</b>	<b>205.591</b>	<b>286.538</b>	<b>373.243</b>	<b>446.058</b>

Elaboración propia

CUADRO Nº 46 FLUJO DE EFECTIVO FINANCIADO PROYECTADO

(En millones de pesos)

	00	01	02	03	04	05
<b>Ingresos Operativos</b>	0	256.070	253.840	271.006	270.371	283.903
Ventas al Contado	100%	256.070	253.840	271.006	270.371	283.903
Compras Realizadas	0%	0	0	0	0	0
<b>Egresos</b>	<b>-161.487</b>	<b>-136.747</b>	<b>-169.973</b>	<b>-174.466</b>	<b>-177.668</b>	<b>-200.708</b>
Costos de Inversión						
Activo Fijo	-129.075					
Activo Intangible	-22.412					
Costos de Producción						
Compras al Contado	100%	-81.542	-82.810	-85.854	-87.150	-90.365
Pagos Realizados	0%	0	0	0	0	0
Costos de Operación						
Gastos Administrativos		-29.433	-31.473	-31.473	-31.473	-31.473
Gastos de Ventas		-3.880	-3.880	-3.880	-3.880	-3.880
Impuesto General a las Ventas		-550	-29.916	-30.757	-31.734	-50.949
Impuesto a la Renta Deducido E.F.		-16.543	-17.095	-17.651	-18.598	-19.221
<b>Flujo de Efectivo</b>	<b>-161.487</b>	<b>120.131</b>	<b>83.867</b>	<b>96.540</b>	<b>92.703</b>	<b>83.195</b>
Préstamo recibido	53.760					
Amortización		-10.764	-10.764	-10.764	-10.764	-10.764
Intereses		-3.920	-7.938	-6.952	-3.968	-1.984
Estado fiscal		1.786	1.423	1.071	714	357
<b>Flujo Financiero</b>	<b>-97.718</b>	<b>101.243</b>	<b>78.605</b>	<b>80.947</b>	<b>88.705</b>	<b>72.815</b>
<b>SALDO INICIAL</b>	<b>128.481</b>					
<b>Saldo acumulado</b>	<b>30.763</b>	<b>128.896</b>	<b>208.591</b>	<b>289.538</b>	<b>378.243</b>	<b>461.058</b>
Elaboración propia						

### 7.2.3. Flujo de Caja Operativo

El presente cuadro del Flujo de Caja Operativo refleja las salidas de efectivo operacionales que se producirán a lo largo de los 5 años. El Flujo Operativo muestra saldos positivos porque los ingresos por concepto de ventas superan los egresos.

FLUJO DE CAJA OPERATIVO						
	2010	2011	2012	2013	2014	2015
<b>TOTAL DE INGRESOS</b>		<b>266.878</b>	<b>263.840</b>	<b>271.036</b>	<b>278.371</b>	<b>286.903</b>
Costos de Producción		-61.542	-62.810	-65.654	-67.193	-69.365
Gastos Administrativos		-29.433	-31.473	-31.473	-31.473	-31.473
Gastos de Ventas		-8.680	-8.680	-8.680	-8.680	-8.680
Impuesto General a las Ventas		-590	-29.916	-30.757	-31.714	-50.949
Impuesto a la Renta		-16.543	-17.095	-17.691	-18.593	-19.221
<b>TOTAL DE EGRESOS</b>		<b>-136.747</b>	<b>-169.973</b>	<b>-174.455</b>	<b>-177.658</b>	<b>-200.708</b>
<b>FLUJO OPERATIVO</b>	<b>0,00</b>	<b>120.131</b>	<b>89.867</b>	<b>96.681</b>	<b>100.713</b>	<b>86.195</b>

Elaboración propia - Referencia: Cuadros N° 15,24

CUADRO N° 47 FLUJO DE CAJA OPERATIVO

FLUJO DE CAJA OPERATIVO						
	2010	2011	2012	2013	2014	2015
<b>TOTAL DE INGRESOS</b>		<b>266.878</b>	<b>263.840</b>	<b>271.036</b>	<b>278.371</b>	<b>286.903</b>
Costos de Producción		-61.542	-62.810	-65.654	-67.193	-69.365
Gastos Administrativos		-29.433	-31.473	-31.473	-31.473	-31.473
Gastos de Ventas		-8.680	-8.680	-8.680	-8.680	-8.680
Impuesto General a las Ventas		-590	-29.916	-30.757	-31.714	-50.949
Impuesto a la Renta		-16.543	-17.095	-17.691	-18.593	-19.221
<b>TOTAL DE EGRESOS</b>		<b>-136.747</b>	<b>-169.973</b>	<b>-174.455</b>	<b>-177.658</b>	<b>-200.708</b>
<b>FLUJO OPERATIVO</b>	<b>0,00</b>	<b>120.131</b>	<b>89.867</b>	<b>96.681</b>	<b>100.713</b>	<b>86.195</b>

Elaboración propia - Referencia: Cuadros N° 15,24

## 7.2.4. Flujo de Capital

El cuadro del Flujo de Capital, considera las salidas de efectivo producidas por las inversiones del proyecto. Desde el año 0 al año 4 los flujos son negativos y en el año 5 el flujo es positivo debido a la recuperación del capital de trabajo y el valor residual de los activos.

FLUJO DE CAPITAL						
	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Inversión en Activo Fijo	129.078					
Inversión en Intangibles	-22.412					
Capital de Trabajo Inicial	-27.744					
Capital de Trabajo Incremental		-826,96	-761,00	-334,80	-798,01	
Recuperación del Capital de Trabajo						30.464,44
Valor Residual						114.967,34
<b>FLUJO DE CAPITAL</b>	<b>-179.236</b>	<b>-826,96</b>	<b>-761,00</b>	<b>-334,80</b>	<b>-798,01</b>	<b>145.421,78</b>

Elaboración propia - Referencia: Cuadros N° 12, 13

CUADRO N° 48 FLUJO DE CAJA CAPITAL

FLUJO DE CAPITAL						
	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Inversión en Activo Fijo	-129.075					
Inversión en Intangibles	-22.412					
Capital de Trabajo Inicial	-27.744					
Capital de Trabajo Incremental		-826,96	-761,00	-334,80	-798,01	
Recuperación del Capital de Trabajo						30.464,44
Valor Residual						114.957,34
<b>FLUJO DE CAPITAL</b>	<b>-179.230</b>	<b>-826,96</b>	<b>-761,00</b>	<b>-334,80</b>	<b>-798,01</b>	<b>145.421,78</b>

Elaboración propia - Referencia: Cuadros N° 12, 13

### 7.2.5. Flujo de Caja Económico

El cuadro del flujo de caja económico, que es la sumatoria del flujo de capital y el flujo operativo, muestra la ventaja del proyecto en función de la inversión total requerida, independientemente de cómo ésta sea financiada.

FLUJO DE CAJA ECONOMICO						
	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Flujo de Capital	-179.230	-827	-761	-335	-798	145.422
Flujo Operativo	0	120.131	93.867	96.581	100.713	85.195
<b>FLUJO DE CAJA ECONOMICO</b>	<b>-179.230</b>	<b>119.304</b>	<b>93.106</b>	<b>96.247</b>	<b>99.915</b>	<b>230.617</b>

Elaboración propia

CUADRO N° 49 FLUJO DE CAJA ECONOMICO

FLUJO DE CAJA ECONOMICO						
	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Flujo de Capital	-179.230	-827	-761	-335	-798	145.422
Flujo Operativo	0	120.131	93.867	96.581	100.713	85.195
<b>FLUJO DE CAJA ECONOMICO</b>	<b>-179.230</b>	<b>119.304</b>	<b>93.106</b>	<b>96.247</b>	<b>99.915</b>	<b>230.617</b>

Elaboración propia

## 7.3. Tasa de Descuento

### 7.3.1. Costo de Oportunidad de Capital

Para hallar el costo de oportunidad de capital se utilizó el modelo CAPM (Capital Asset Pricing Model), cuya fórmula es la siguiente:

$$R_f + \beta (R_m - R_f) + R_{país} \sigma$$

Donde:

R<sub>f</sub>, tasa libre de riesgo (bonos tesoro americano) = 0.052%



B, beta apalancado = 0.62

Rm rendimiento de mercado S&P 500 = 0.039%

Rpaís  $\sigma$  = riesgo país ajustado = 3.00%

Así se tiene que el COK nominal que es de 12.04%, el cual es la rentabilidad esperada de la inversión financiera a la que se renuncia por invertir en el presente proyecto.

	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Item	00	01	02	03	04	05
Deuda	53.789	43.015	32.281	21.508	10.754	0
Capital	57.156	57.156	57.156	57.156	57.156	57.156
Beta Apalancado	1,11	1,01	0,91	0,82	0,72	0,62
<b>Cok para el Proyecto</b>	<b>12,04%</b>	<b>12,16%</b>	<b>12,29%</b>	<b>12,41%</b>	<b>12,54%</b>	<b>12,66%</b>
	12,35%					

**CUADRO N° 50 COSTO DE OPORTUNIDAD DE CAPITAL**

	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Item	00	01	02	03	04	05
Deuda	53.789	43.015	32.281	21.508	10.754	0
Capital	57.156	57.156	57.156	57.156	57.156	57.156
Beta Apalancado	1,11	1,01	0,91	0,82	0,72	0,62
<b>Cok para el Proyecto</b>	<b>12,04%</b>	<b>12,16%</b>	<b>12,29%</b>	<b>12,41%</b>	<b>12,54%</b>	<b>12,66%</b>
	12,35%					

## 7.4. Estados Projectados

### 7.4.1. Balance

El siguiente cuadro muestra el Balance Anual Projectado comprendido por las partidas del Activo, Pasivo y Patrimonio.

Analizando el Activo, se observa que la partida Caja y Bancos, el Total Activo Corriente. Adicionalmente, la partida de Intangibles que se presenta de los 5 años ya tiene deducido la Depreciación y Amortización Acumulada, a través de la aplicación del método de depreciación lineal a los activos adquiridos al principio de las operaciones.

Analizando el Pasivo, para la partida Proveedores se observa que se encuentra en cero, puesto que es política de la Casa Hospedaje, realizara las compras al contado.

Finalmente, el Capital Social se mantiene igual durante el período de evaluación del proyecto ya que no se considera un aumento del mismo y las Utilidades Acumuladas van ascendiendo a lo largo del horizonte de evaluación.



**CAPÍTULO VII: EVALUACIÓN ECONOMICA Y FINANCIERA**

En nuevos soles	2010	2011	2012	2013	2014	2015
	00	01	02	03	04	05
<b>ACTIVO</b>	<b>179.230</b>	<b>264.488</b>	<b>328.103</b>	<b>390.063</b>	<b>460.761</b>	<b>517.608</b>
Caja y Bancos	27.744	126.908	205.591	268.538	373.243	446.038
Clientes	-	-	-	-	-	-
<b>Total Activo Corriente</b>	<b>27.744</b>	<b>126.908</b>	<b>205.591</b>	<b>268.538</b>	<b>373.243</b>	<b>446.038</b>
Activo Fijo	129.076	117.570	106.065	94.560	83.066	71.560
Intangibles	22.412	17.929	13.447	8.965	4.462	-
<b>Total Activo No Corriente</b>	<b>151.487</b>	<b>135.489</b>	<b>119.512</b>	<b>103.525</b>	<b>87.528</b>	<b>71.560</b>
<b>PASIVO Y PATRIMONIO</b>	<b>179.230</b>	<b>264.488</b>	<b>328.103</b>	<b>390.063</b>	<b>460.761</b>	<b>517.608</b>
<b>Pasivo</b>	<b>53.789</b>	<b>71.788</b>	<b>81.044</b>	<b>50.280</b>	<b>38.538</b>	<b>10.428</b>
Proveedores	-	-	-	-	-	-
Tributos	-	28.782	28.782	28.782	28.782	10.428
<b>Total Pasivo Corriente</b>	<b>-</b>	<b>28.782</b>	<b>28.782</b>	<b>28.782</b>	<b>28.782</b>	<b>10.428</b>
Deuda a Largo Plazo	53.789	43.015	32.261	21.508	10.754	-
<b>Total Pasivo No Corriente</b>	<b>53.789</b>	<b>43.015</b>	<b>32.261</b>	<b>21.508</b>	<b>10.754</b>	<b>-</b>
<b>Patrimonio</b>	<b>125.481</b>	<b>192.698</b>	<b>264.059</b>	<b>339.773</b>	<b>421.245</b>	<b>507.180</b>
Capital social	125.481	125.481	125.481	125.481	125.481	125.481
Reserva Legal	-	8.198	16.902	28.138	36.071	46.551
Utilidades acumuladas	-	59.029	121.696	186.176	259.712	335.198

Elaboración propia

**CUADRO N° 51 BALANCE PROYECTADO**

En nuevos soles	2010	2011	2012	2013	2014	2015
	00	01	02	03	04	05
<b>ACTIVO</b>	<b>179.230</b>	<b>264.488</b>	<b>328.103</b>	<b>390.063</b>	<b>460.761</b>	<b>517.608</b>
Caja y Bancos	27.744	126.908	205.591	268.538	373.243	446.038
Clientes	-	-	-	-	-	-
<b>Total Activo Corriente</b>	<b>27.744</b>	<b>126.908</b>	<b>205.591</b>	<b>268.538</b>	<b>373.243</b>	<b>446.038</b>
Activo Fijo	129.076	117.570	106.065	94.560	83.066	71.560
Intangibles	22.412	17.929	13.447	8.965	4.462	-
<b>Total Activo No Corriente</b>	<b>151.487</b>	<b>135.489</b>	<b>119.512</b>	<b>103.525</b>	<b>87.528</b>	<b>71.560</b>
<b>PASIVO Y PATRIMONIO</b>	<b>179.230</b>	<b>264.488</b>	<b>328.103</b>	<b>390.063</b>	<b>460.761</b>	<b>517.608</b>
<b>Pasivo</b>	<b>53.789</b>	<b>71.788</b>	<b>81.044</b>	<b>50.280</b>	<b>38.538</b>	<b>10.428</b>
Proveedores	-	-	-	-	-	-
Tributos	-	28.782	28.782	28.782	28.782	10.428
<b>Total Pasivo Corriente</b>	<b>-</b>	<b>28.782</b>	<b>28.782</b>	<b>28.782</b>	<b>28.782</b>	<b>10.428</b>
Deuda a Largo Plazo	53.789	43.015	32.261	21.508	10.754	-
<b>Total Pasivo No Corriente</b>	<b>53.789</b>	<b>43.015</b>	<b>32.261</b>	<b>21.508</b>	<b>10.754</b>	<b>-</b>
<b>Patrimonio</b>	<b>125.481</b>	<b>192.698</b>	<b>264.059</b>	<b>339.773</b>	<b>421.245</b>	<b>507.180</b>
Capital social	125.481	125.481	125.481	125.481	125.481	125.481
Reserva Legal	-	8.198	16.902	28.138	36.071	46.551
Utilidades acumuladas	-	59.029	121.696	186.176	259.712	335.198

Elaboración propia

### 7.4.2. Estados de Ganancias y Pérdidas

A continuación, se presenta el Estado de Ganancias y Pérdidas Anual Proyectado, que muestra los resultados de la gestión del proyecto, donde la utilidad neta se va incrementando a lo largo de los 5 años de planeamiento.

**Estudio de pre - factibilidad para la implementación de casa hospedaje “El Encanto” en la provincia de Pacasmayo, 2010**

(En nuevos soles)	2010	2011	2012	2013	2014	2015
	00	01	02	03	04	05
Ventas Netas		215.894	221.714	227.781	233.925	240.256
Costo de Ventas		-72.099	-73.168	-75.892	-77.917	-79.887
<b>Utilidad Bruta</b>		<b>143.774</b>	<b>148.559</b>	<b>151.889</b>	<b>156.008</b>	<b>160.369</b>
Gastos Administrativos		-20.599	-20.303	-20.303	-20.303	-20.303
Gastos de Ventas		-7.294	-7.294	-7.294	-7.294	-7.294
<b>Utilidad operativa</b>		<b>115.881</b>	<b>118.962</b>	<b>114.273</b>	<b>118.311</b>	<b>122.771</b>
Depreciación Activo Fijo		-11.505	-11.505	-11.505	-11.505	-11.505
Amortización Intangibles		-4.482	-4.482	-4.482	-4.482	-4.482
<b>UAI</b>		<b>89.894</b>	<b>84.875</b>	<b>88.286</b>	<b>103.324</b>	<b>106.784</b>
Gastos Financieros		-8.850	-7.838	-8.850	-3.948	-1.994
<b>Utilidad Antes de Impuestos</b>		<b>81.044</b>	<b>87.038</b>	<b>82.333</b>	<b>99.376</b>	<b>104.800</b>
Impuesto a la Renta		-14.757	-15.867	-16.820	-17.884	-18.884
Reserva Legal 10%		-8.198	-8.704	-8.233	-9.938	-10.480
<b>Utilidad Neta</b>		<b>58.089</b>	<b>62.668</b>	<b>66.480</b>	<b>71.554</b>	<b>75.436</b>

**CUADRO Nº 52 ESTADO DE GANANCIAS Y PÉRDIDA PROYECTADO**

(En nuevos soles)	2010	2011	2012	2013	2014	2015
	00	01	02	03	04	05
Ventas Netas		215.894	221.714	227.781	233.925	240.256
Costo de Ventas		-72.099	-73.168	-75.892	-77.917	-79.887
<b>Utilidad Bruta</b>		<b>143.774</b>	<b>148.559</b>	<b>151.889</b>	<b>156.008</b>	<b>160.369</b>
Gastos Administrativos		-20.599	-20.303	-20.303	-20.303	-20.303
Gastos de Ventas		-7.294	-7.294	-7.294	-7.294	-7.294
<b>Utilidad operativa</b>		<b>115.881</b>	<b>118.962</b>	<b>114.273</b>	<b>118.311</b>	<b>122.771</b>
Depreciación Activo Fijo		-11.505	-11.505	-11.505	-11.505	-11.505
Amortización Intangibles		-4.482	-4.482	-4.482	-4.482	-4.482
<b>UAI</b>		<b>89.894</b>	<b>84.875</b>	<b>88.286</b>	<b>103.324</b>	<b>106.784</b>
Gastos Financieros		-8.850	-7.838	-8.850	-3.948	-1.994
<b>Utilidad Antes de Impuestos</b>		<b>81.044</b>	<b>87.038</b>	<b>82.333</b>	<b>99.376</b>	<b>104.800</b>
Impuesto a la Renta		-14.757	-15.867	-16.820	-17.884	-18.884
Reserva Legal 10%		-8.198	-8.704	-8.233	-9.938	-10.480
<b>Utilidad Neta</b>		<b>58.089</b>	<b>62.668</b>	<b>66.480</b>	<b>71.554</b>	<b>75.436</b>

## 7.5. Rentabilidad

### 7.5.1. VANE, VANF, TIRE Y TIRF

El presente cuadro nos muestra los cálculos de los indicadores económicos y financieros del VAN calculados con dos tasas de descuento el CPPC y el COK y ambos en términos tanto reales como nominales; de la misma forma muestra la TIR en su expresión económica y financiera.

Tasas	Indicador	Nominal	Real
<b>Wacc</b> <b>12,81%</b>	VANE	254.696	219.703
	VANF	251.836	217.236
<b>Cok</b> <b>12,35%</b>	VANE	260.135	224.395
	VANF	256.683	221.417
	TIRE	57,01%	52,44%
	TIRF	71,18%	66,20%

*Elaboración propia*

CUADRO N° 53 VANE, VANF, TIRE, TIRF

Cálculo con CPPC:

El VANE real asciende a S/. 219,703 este nos indica que trayendo todos los flujos al presente y considerando como tasa de descuento el CPPC el valor económico del proyecto es de este indicador por encima del CPPC.

El VANF real del proyecto asciende a S/. 217,236 este nos indica que trayendo todos los flujos al presente y considerando como tasa de descuento el CPPC el valor financiero del proyecto es de este indicador por encima del CPPC.

Cabe resaltar que el VANF es menor al VANE ya que dentro de este indicador está considerado el pago del financiamiento de la deuda a la entidad bancaria considerada en el financiamiento de la misma.

Cálculo con COK:

El VANE real asciende a S/. 224,395 este nos indica que trayendo todos los flujos al presente y considerando como tasa de descuento el COK el valor económico del proyecto es de este indicador por encima del COK.

El VANF real del proyecto asciende a S/. 221,417 este nos indica que trayendo todos los flujos al presente y considerando como tasa de descuento el COK el valor financiero del proyecto es de este indicador por encima del COK.

Cabe resaltar que el VANF es menor al VANE ya que dentro de este indicador está considerado el pago del financiamiento de la deuda a la entidad bancaria considerada en el financiamiento de la misma.

Cálculo de la TIR:

La TIRF es mayor que la TIRE en 13.76 %, esto indica que el financiamiento ha contribuido a hacer mucho más rentable el proyecto.

### 7.5.2. Periodo de Recuperación de Capital

El presente cuadro muestra el período de recuperación de capital, que es de 2 años. Para el final del horizonte de evaluación del proyecto se estima un saldo a favor de S/. 254,696.

<b>PERIODO DE RECUPERACIÓN DE CAPITAL</b>						
(En nuevos soles)						
	00	01	02	03	04	05
Flujo de Caja Económico	-179.230	119.304	93.106	90.297	98.915	230.617
Flujo de Caja Económico Actualizado		105.760	73.166	67.048	61.702	126.249
Saldo	-179.230	-73.470	-304	66.745	126.447	254.696
Elaboración propia						
2 años y 0 meses						

CUADRO Nº 54 PERIODO DE RECUPERACIÓN DE CAPITAL DE TRABAJO

<b>PERIODO DE RECUPERACIÓN DE CAPITAL</b>						
(En nuevos soles)						
	00	01	02	03	04	05
Flujo de Caja Económico	-179.230	119.304	93.106	90.297	98.915	230.617
Flujo de Caja Económico Actualizado		105.760	73.166	67.048	61.702	126.249
Saldo	-179.230	-73.470	-304	66.745	126.447	254.696
Elaboración propia						
2 años y 0 meses						

### 7.5.3. Análisis Costo – Beneficio

El cuadro presentado muestra que el proyecto genera un índice de 2.42, lo que significa que por cada Nuevo Sol invertido, el proyecto genera una ganancia de 1.42 Nuevos Soles.

<b>RELACIÓN BENEFICIO-COSTO (B/C)</b>			
(En nuevos soles)			
	Salidas	Entradas	(B/C)
Flujo de Caja Económico	-179.230,41	433.927	2.42
Elaboración propia - Referencia: Cuadros Nº 30			

CUADRO Nº 55 ANÁLISIS DE COSTO - BENEFICIO

<b>RELACIÓN BENEFICIO-COSTO (B/C)</b>			
(En nuevos soles)			
	Salidas	Entradas	(B/C)
Flujo de Caja Económico	-179.230,41	433.927	2.42
Elaboración propia - Referencia: Cuadros Nº 30			

### 7.5.4. Punto de Equilibrio

El punto de equilibrio durante todo el periodo de evaluación fue calculado en unidades monetarias (Nuevos Soles) y este fluctúa entre los S/. 196, 498,57 en el año 1 y S/.179,267.45 en el año 5, obteniendo un promedio durante todo el horizonte de evaluación del proyecto de S/.187,772.32.

(En nuevos soles)						
	2011	2012	2013	2014	2015	
Periodo	01	02	03	04	05	Promedio
Costos Fijos	61,790	61,520	59,538	57,552	55,568	59,193
Costos Variables	72,090	73,158	75,992	77,017	79,887	75,608
Producción	4,582	4,708	4,834	4,965	5,099	4,837
Costo Variable Medio	15,73	15,55	15,70	15,51	15,67	15,63
Costos Totales	133,880	134,678	135,428	134,569	135,455	134,802
Ingresos Totales	201,107	208,047	211,141	218,041	221,391	211,145
Precio Medio	22,95	22,89	22,84	22,76	22,71	22,83
PE Unidades	8,563,78	8,379,23	8,339,32	7,842,14	7,864,04	8,225,37
PE Ventas	186,488,57	181,817,11	190,433,43	180,734,53	179,267,45	187,772,32

Elaboración propia - Referencia: Cuadros N° 38

CUADRO N° 56 PUNTO DE EQUILIBRIO A LO LARGO DEL PERIODO DE EVALUACIÓN

(EN NUEVOS SOLES)						
	2011	2012	2013	2014	2015	
Periodo	01	02	03	04	05	Promedio
Costos Fijos	61,790	61,520	59,538	57,552	55,568	59,193
Costos Variables	72,090	73,158	75,992	77,017	79,887	75,608
Producción	4,582	4,708	4,834	4,965	5,099	4,837
Costo Variable Medio	15,73	15,55	15,70	15,51	15,67	15,63
Costos Totales	133,880	134,678	135,428	134,569	135,455	134,802
Ingresos Totales	201,107	208,047	211,141	218,041	221,391	211,145
Precio Medio	22,95	22,89	22,84	22,76	22,71	22,83
PE Unidades	8,563,78	8,379,23	8,339,32	7,842,14	7,864,04	8,225,37
PE Ventas	186,488,57	181,817,11	190,463,43	180,734,53	179,267,45	187,772,32

Elaboración propia - Referencia: Cuadros N° 38

Q	8,125	8,175	8,225	8,275	8,325
CF	59,193	59,193	59,193	59,193	59,193
CV	127,016	127,797	128,578	129,361	130,142
CT	186,209	186,991	187,772	188,554	189,336
IT	185,489	186,631	187,772	188,914	190,055

GRAFICO N° 05 PUNTO DE EQUILIBRIO

## 7.6. Análisis Sensibilidad

### 7.6.1. Análisis Unidimensional de las Variables Críticas

Las variables críticas que se han tomado en cuenta para realizar el análisis unidimensional son las siguientes:

- Reducción en el precio de venta.
- Elevación en Materiales Directos.
- No cumplimiento de la participación del proyecto.



**ANÁLISIS UNIDIMENSIONAL**  
(En US\$ mil millones reales)

Si la empresa se viera forzada a reducir el precio de los productos, debido a una baja aceptación del precio, el efecto sobre el VanReal sería:

	0,00%	10,00%	20,00%	30,00%	36,36%	40,00%
<b>219.703</b>	219.703	160.383	100.642	40.902	2.907,53	-19.640

Si la empresa se enfrenta a una elevación de los materiales directos, por política inadecuada de los proveedores, el efecto sobre el VanReal sería:

	0,00%	5,00%	10,00%	15,00%	25,00%	34,38%
<b>219.703</b>	219.703	215.635	211.968	207.905	199.758	192.119

Si la empresa no lograra la penetración de mercado planificada, el efecto sobre el VanReal sería:

	70,00%	67,00%	64,00%	60,00%	52,10%	40,00%
<b>219.703</b>	105.493	88.303	71.117	48.245	2.890,68	-76.067

Elaboración propia

CUADRO Nº 57 ANÁLISIS UNIDIMENSIONAL

**ANÁLISIS UNIDIMENSIONAL**  
(En US\$ mil millones reales)

Si la empresa se viera forzada a reducir el precio de los productos, debido a una baja aceptación del precio, el efecto sobre el VanReal sería:

	0,00%	10,00%	20,00%	30,00%	36,36%	40,00%
<b>219.703</b>	219.703	160.383	100.642	40.902	2.907,53	-19.640

Si la empresa se enfrenta a una elevación de los materiales directos, por política inadecuada de los proveedores, el efecto sobre el VanReal sería:

	0,00%	5,00%	10,00%	15,00%	25,00%	34,38%
<b>219.703</b>	219.703	215.635	211.968	207.905	199.758	192.119

Si la empresa no lograra la penetración de mercado planificada, el efecto sobre el VanReal sería:

	70,00%	67,00%	64,00%	60,00%	52,10%	40,00%
<b>219.703</b>	105.493	88.303	71.117	48.245	2.890,68	-76.067

Elaboración propia

## 7.6.2. Reporte del Análisis Bidimensional del VANF

Escenarios para el VanReal, por Diferentes Valores de Inflación y Reducción de Precios de los Productos

	2,50%	3,50%	4,50%	5,50%	6,50%	7,50%	8,50%	9,50%	10,50%
<b>221.417</b>									
12,00%	153.551	145.289	137.530	130.238	123.383	116.934	110.885	105.150	99.767
8,00%	178.308	168.873	160.036	151.669	143.826	136.444	129.492	122.943	116.768
4,00%	203.064	192.458	182.482	173.100	164.270	155.955	148.120	140.735	133.770
0,00%	227.388	215.628	204.586	194.157	184.357	175.124	166.422	158.217	150.475
-2,50%	242.054	229.599	217.882	206.853	196.468	186.682	177.458	168.757	160.547
-5,00%	256.721	243.570	231.197	219.549	208.579	198.241	188.493	179.298	170.620

Elaboración propia

CUADRO Nº 58 REPORTE DE ANÁLISIS BIDIMENSIONAL DEL VANF

Escenarios para el VanReal, por Diferentes Valores de Inflación y Reducción de Precios de los Productos

	2,50%	3,50%	4,50%	5,50%	6,50%	7,50%	8,50%	9,50%	10,50%
<b>221.417</b>									
12,00%	153.551	145.289	137.530	130.238	123.383	116.934	110.885	105.150	99.767
8,00%	178.308	168.873	160.036	151.669	143.826	136.444	129.492	122.943	116.768
4,00%	203.064	192.458	182.482	173.100	164.270	155.955	148.120	140.735	133.770
0,00%	227.388	215.628	204.586	194.157	184.357	175.124	166.422	158.217	150.475
-2,50%	242.054	229.599	217.882	206.853	196.468	186.682	177.458	168.757	160.547
-5,00%	256.721	243.570	231.197	219.549	208.579	198.241	188.493	179.298	170.620

Elaboración propia

### 7.6.3. Reporte del Análisis Bidimensional del TIRE

Escenarios para el TIRF, por Cambio en la Política, Tanto en Ventas Como en Compras

66,20%	70,00%	75,00%	80,00%	85,00%	90,00%	93,00%	96,00%	99,00%	100,00%
100,00%	42,22%	45,85%	49,29%	53,18%	57,26%	59,83%	62,50%	65,26%	68,20%
95,00%	43,28%	46,78%	50,49%	54,43%	58,60%	61,23%	63,94%	66,75%	69,70%
90,00%	44,37%	47,93%	51,71%	55,72%	59,97%	62,64%	65,41%	68,28%	71,24%
85,00%	45,58%	50,29%	54,21%	58,38%	62,79%	65,58%	68,42%	71,38%	74,38%
80,00%	46,90%	52,74%	56,82%	61,13%	65,71%	68,57%	71,54%	74,60%	77,64%
75,00%	48,30%	55,29%	59,52%	63,99%	68,73%	71,70%	74,76%	77,92%	81,00%

Elaboración propia

CUADRO N° 59 REPORTE DE ANÁLISIS BIDIMENSIONAL DEL TIREF

Escenarios para el TIRF, por Cambio en la Política, Tanto en Ventas Como en Compras

66,20%	70,00%	75,00%	80,00%	85,00%	90,00%	93,00%	96,00%	99,00%	100,00%
100,00%	42,22%	45,85%	49,29%	53,18%	57,26%	59,83%	62,50%	65,26%	68,20%
95,00%	43,28%	46,78%	50,49%	54,43%	58,60%	61,23%	63,94%	66,75%	69,70%
90,00%	44,37%	47,93%	51,71%	55,72%	59,97%	62,64%	65,41%	68,28%	71,24%
85,00%	45,58%	50,29%	54,21%	58,38%	62,79%	65,58%	68,42%	71,38%	74,38%
80,00%	46,90%	52,74%	56,82%	61,13%	65,71%	68,57%	71,54%	74,60%	77,64%
75,00%	48,30%	55,29%	59,52%	63,99%	68,73%	71,70%	74,76%	77,92%	81,00%

Elaboración propia

### 7.6.4. Reporte del Análisis Bidimensional del TIREF

Escenarios para el TIRF, por Diferentes Valores de IR y el Crecimiento Poblacional

66,20%	26,00%	27,00%	28,00%	29,00%	30,00%	32,00%	34,00%	36,00%	38,00%
2,00%	69,03%	68,34%	67,65%	66,96%	66,27%	64,89%	63,51%	62,12%	60,74%
1,90%	68,60%	68,12%	67,43%	66,75%	66,06%	64,68%	63,30%	61,92%	60,54%
1,80%	68,18%	67,91%	67,23%	66,54%	65,85%	64,47%	63,11%	61,74%	60,36%
1,70%	68,37%	67,69%	67,01%	66,33%	65,64%	64,26%	62,91%	61,54%	60,16%
1,20%	57,26%	56,61%	55,94%	55,27%	54,59%	53,25%	51,90%	50,56%	49,21%
0,70%	56,10%	55,46%	54,79%	54,13%	53,47%	52,15%	50,83%	49,50%	48,18%

Elaboración propia

CUADRO N° 60 REPORTE DE ANÁLISIS BIDIMENSIONAL DEL TIRE

Escenarios para el TIRF, por Diferentes Valores de IR y el Crecimiento Poblacional

66,20%	26,00%	27,00%	28,00%	29,00%	30,00%	32,00%	34,00%	36,00%	38,00%
2,00%	69,03%	68,34%	67,65%	66,96%	66,27%	64,89%	63,51%	62,12%	60,74%
1,90%	68,60%	68,12%	67,43%	66,75%	66,06%	64,68%	63,30%	61,92%	60,54%
1,80%	68,18%	67,91%	67,23%	66,54%	65,85%	64,47%	63,11%	61,74%	60,36%
1,70%	68,37%	67,69%	67,01%	66,33%	65,64%	64,26%	62,91%	61,54%	60,16%
1,20%	57,26%	56,61%	55,94%	55,27%	54,59%	53,25%	51,90%	50,56%	49,21%
0,70%	56,10%	55,46%	54,79%	54,13%	53,47%	52,15%	50,83%	49,50%	48,18%

Elaboración propia

## 7.7. Factores Críticos de Riesgo y Éxito

### **7.7.1 Descripción**

---

- Reducción del turismo extranjero
- Subida del tipo de cambio
- Nuevas normas del INC, para la regulación de áreas arqueológicas.

### **7.7.2 Plan de Contingencias**

---

- Incidencia en los turistas nacionales, ofreciendo promociones y grandes descuentos.
- En general la caída del dólar, no se considera relevante, ya que nuestros costos se estiman en soles.
- Desde el inicio del Gobierno de Alan García, se ha prestado mucha atención a la creación de normas que incrementan la visita de turistas nacionales y extranjeros.



## CAPÍTULO XII: CONCLUSIONES

### CONCLUSIONES

Se puede concluir, que Casa Hospedaje “El Encanto” mediante el servicio de alojamiento para turistas nacionales y extranjeros, mejorará la calidad de vida de la población, se creará en forma indirecta posibilidades de negocio para la población, buscando fomentar y colaborar con el buen cuidado y bienestar de la zona y así optimizar la calidad de vida.

De esta manera, el estudio de mercado nos ha evidenciado la frecuencia de uso, de 3 veces al año y por un espacio promedio de tres días, del servicio que tomaría cada turista; lo que nos ha permitido determinar la capacidad con la que deberíamos contar para satisfacer la demanda.

La localización óptima ha sido definida mediante el método por puntos, teniendo como factores principales la proximidad de los clientes (turistas nacionales y extranjeros) y ubicación estratégica, siendo así; se ha determinado que la mejor ubicación será en pleno centro de la Provincia de Pacasmayo, Jirón Junín N° 44. La ubicación del local permite fácil acceso de los turistas, el costo por cada habitación es accesible.

Mediante una identificación y evaluación de los activos fijos, intangibles, capital de trabajo, entre otros; se ha podido determinar los costos en que se incurrirían y la inversión necesaria para la puesta en marcha del proyecto.

Mediante un análisis económico se ha podido identificar el grado de rentabilidad del proyecto, el mismo que ha arrojado resultados sumamente satisfactorios con un TIRE real

de 52.44% y un VANE real de S/.219.703; permitiéndonos recuperar nuestra inversión en un espacio de tiempo corto, el cual es de 2 años.

Asimismo, se concluye que el uso de diversas herramientas de publicidad será un gran apoyo para el posicionamiento de los servicios de la Casa Hospedaje “El Encanto” en la mente de los turistas.

## CAPÍTULO IX: RECOMENDACIONES

### RECOMENDACIONES

Que las nuevas autoridades elegidas este año se fijen como objetivo elaborar un plan estratégico para presentar nuevas alternativas de mejorar la seguridad y confianza de los turistas e incentivar y promover el turismo de la Provincia de Pacasmayo.

El Gobierno preparará eficientes planes de manejo para incentivar el turismo, con el objeto de planificar en forma integral el fenómeno del turismo interno. Esta planificación debe incluir necesariamente a los distintos sectores involucrados: Gobierno –Nacional, Provincial y Municipal-, empresas privadas, habitantes locales, organizaciones no gubernamentales (ONGs) e instituciones internacionales, si fuera el caso.

Se recomienda una constante investigación de mercado, para poder responder de manera rápida y eficiente a los cambios que pueda surgir en el entorno.



## BIBLIOGRAFÍA:

Cámara de Comercio de Pacasmayo.

Kotler, Philip; Keller, Kevin Lane (2006) Dirección de Marketing. 12va Ed. México, Prentice Hall.

Stoner, James; Freeman, Edward; Gilbert, Daniel (1996) Administración 6ta Ed. México, Prentice Hall.

Informe Especial "Trujillo" en Revista Business. Año XIII, N° 149, Edición Setiembre 2009, pp. 35-42.

Porter, Michael. (1996) Estrategia competitiva. Edit. CECSA. 1996. México D.F. México. Código Civil Edit. Juristas Editores 2009 Lima-Perú. Pag.45-46 y 434-435.

## PAGINAS WEB:

[www.inei.gob.pe](http://www.inei.gob.pe)

[www.sunat.gob.pe](http://www.sunat.gob.pe)

[www.bcrp.gob.pe](http://www.bcrp.gob.pe)

[www.camaratru.org.pe](http://www.camaratru.org.pe)

<http://www.badaturperu.com.pe/peruimgs/peruimgs.php>

<http://www.gestiondeventas.com>

<http://www.mincetur.gob.pe/turismo/estadistica/terminologia.htm>

[http://www.sbs.gob.pe/download/TipoTasa/files/00084\\_2.htm](http://www.sbs.gob.pe/download/TipoTasa/files/00084_2.htm)

[http://190.187.35.114/interbank2009/personas/promociones/promo\\_cts.asp](http://190.187.35.114/interbank2009/personas/promociones/promo_cts.asp)



# ANEXOS

**Capítulo XI: Anexos**  
**ANEXO #01 –MODELO DE ENCUESTA Y TABULACIÓN**

Mediante la siguiente encuesta pretendemos en esta oportunidad conocer sus expectativas para la apertura de una casa hospedaje en Pacasmayo, ¿Me permite unos minutos de su tiempo para responder unas preguntas al respecto? para lo cual le pedimos la mayor sinceridad en sus respuestas.

Gracias

1. País de Procedencia( país o provincia):-----

2. Edad:

- |                          |                                |                          |         |
|--------------------------|--------------------------------|--------------------------|---------|
| <input type="checkbox"/> | Menos de 16 años (estudiantes) | <input type="checkbox"/> | 32 - 39 |
| <input type="checkbox"/> | 16-23                          | <input type="checkbox"/> | 40 -47  |
| <input type="checkbox"/> | 24-31                          | <input type="checkbox"/> | 48 - 56 |
| <input type="checkbox"/> | 57 años en adelante.           |                          |         |

3. Sexo :

- M       F

4. ¿Qué idiomas habla Usted?

- |                          |                           |                          |           |
|--------------------------|---------------------------|--------------------------|-----------|
| <input type="checkbox"/> | Español                   | <input type="checkbox"/> | Portugués |
| <input type="checkbox"/> | Inglés                    | <input type="checkbox"/> | Francés   |
| <input type="checkbox"/> | Otros (especifique):----- |                          |           |

5. ¿Con quiénes realiza su viaje?:

- |                          |                            |                          |                 |
|--------------------------|----------------------------|--------------------------|-----------------|
| <input type="checkbox"/> | Solo                       | <input type="checkbox"/> | Amigos          |
| <input type="checkbox"/> | Familiares                 | <input type="checkbox"/> | Tour organizado |
| <input type="checkbox"/> | Otros (especifique): ----- |                          |                 |

6. ¿Con qué frecuencia viaja usted?

- |                          |                      |
|--------------------------|----------------------|
| <input type="checkbox"/> | 1 a 2 veces al año   |
| <input type="checkbox"/> | 3 a 4 veces al año   |
| <input type="checkbox"/> | 5 a 6 veces al año   |
| <input type="checkbox"/> | 7 a 8 veces al año   |
| <input type="checkbox"/> | 9 a más veces al año |



7. ¿Qué días de la semana prefiere visitar la Provincia?

- Lunes – viernes                       Vacaciones
- Sábados- Domingos               Otros (especifique):-----
- Temporada de verano

8. ¿Cuántos días permanecería en la zona?:

- 2 días                                       5 días
- 3 días                                       6 a más días
- 4 días

9. ¿Qué medios utiliza para encontrar destinos turísticos?

- Amigos                                       Internet
- Familiares                                       Agencias de viaje
- Artículos de periódico o revistas               Guía turística

2. ¿Qué le motivo para la elección de Pacasmayo como destino?:

- Playa
- Cultura (Sitios arqueológicos)
- Costumbres (Provincia -Ciudad)
- Tener contacto con la Naturaleza (Lugares recreativos)

2.1 ¿Qué tipo de hospedaje prefiere utilizar durante su visita?

- Casas de familia/amigos                       Casa Hospedaje
- Casas de campañas                               Hoteles

2.2 ¿Qué comodidades le gustaría tener en el lugar donde se va hospedar?

- Aire Acondicionado/Calefacción               Servicio Internet
- Mini Bar                                               Servicio transporte
- Servicio de Cable
- Otros (especifique) -----



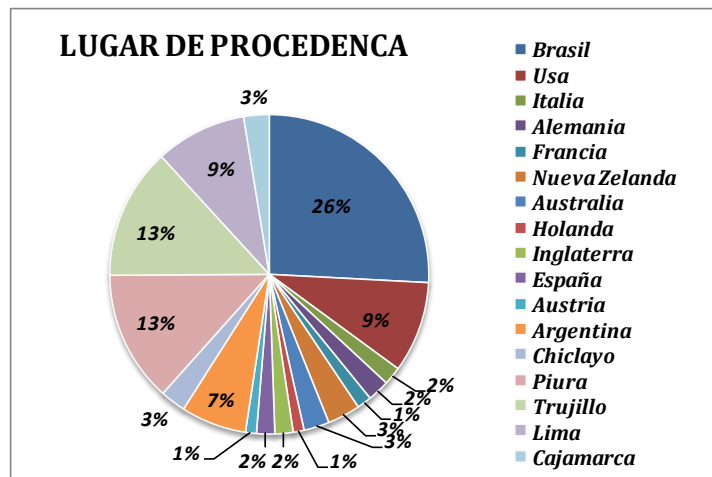




## TABULACIÓN DE ENCUESTA

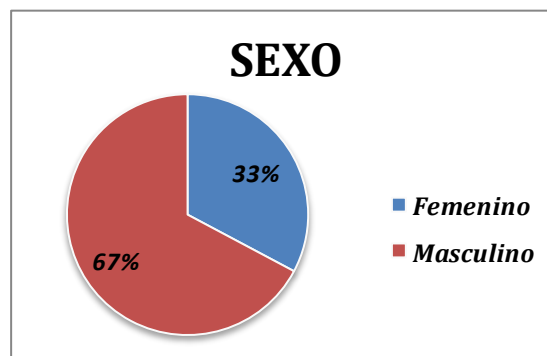
### 1.- LUGAR DE PROCEDENCIA

LUGAR DE PROCEDENCIA	Nº
Brasil	70
Usa	25
Italia	5
Alemania	6
Francia	4
Nueva Zelanda	9
Australia	7
Holanda	3
Inglaterra	5
España	5
Austria	9
Argentina	3
Chiclayo	18
Piura	7
Trujillo	36
Lima	25
Cajamarca	7
<b>TOTAL</b>	<b>244</b>



### 2.- SEXO

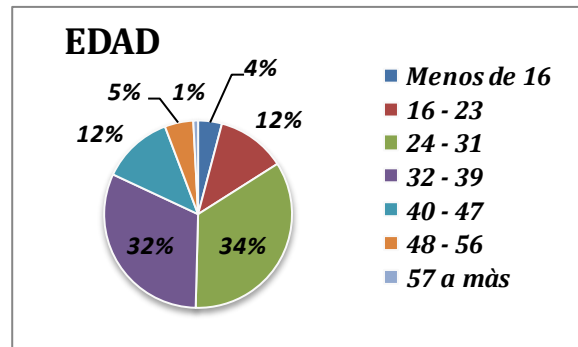
SEXO	Nº
Femenino	80
Masculino	164
<b>TOTAL</b>	<b>244</b>





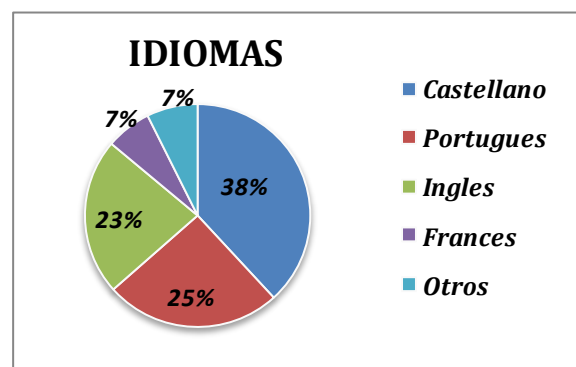
### 3.- EDAD

EDAD	Nº
Menos de 16	10
16 - 23	29
24 - 31	84
32 - 39	77
40 - 47	30
48 - 56	12
57 a más	2
<b>TOTAL</b>	<b>244</b>



### 4.- IDIOMAS

IDIOMAS	Nº
Castellano	93
Portugues	62
Ingles	55
Frances	16
Otros	18
<b>TOTAL</b>	<b>244</b>

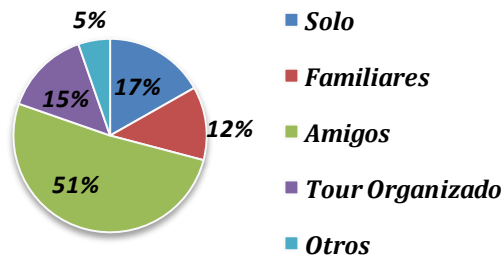


### 5.- PERSONAS CON LA QUE REALIZA SU VIAJE

CON QUIENES REALIZA SU VIAJE	Nº
Solo	41
Familiares	30
Amigos	125
Tour Organizado	35
Otros	13
<b>TOTAL</b>	<b>244</b>



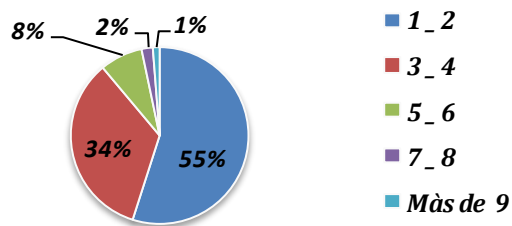
### CON QUIENES REALIZA SU VIAJE



### 6.- CON QUÉ FRECUENCIA VIAJA

FRECUENCIA DE VIAJE	Nº
1 _ 2	134
3 _ 4	83
5 _ 6	19
7 _ 8	5
Màs de 9	3
<b>TOTAL</b>	<b>244</b>

### FRECUENCIA DE VIAJE



### 7.- QUÉ DÍAS DE LA SEMANA VISITA PACASMAYO

QUE DÍAS PREFIERE VISITAR PACASMAYO	Nº
Lunes a Viernes	138
Sábados y Domingos	82
Verano	19
Vacaciones	2
Otros	3
<b>TOTAL</b>	<b>244</b>

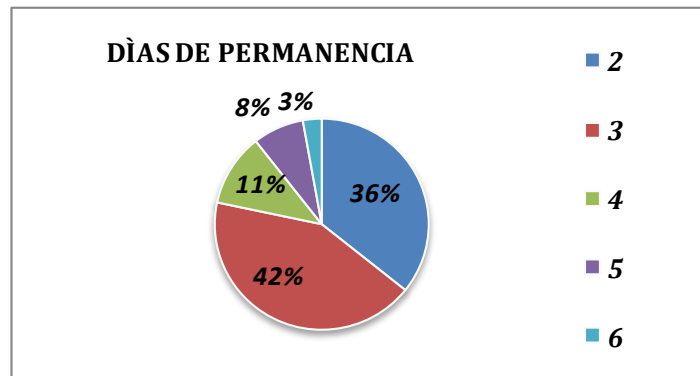
### QUE DÍAS PREFIERE VISITAR PACASMAYO





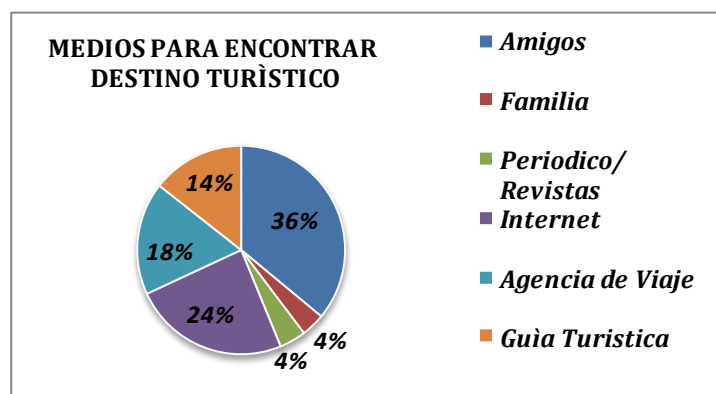
### 8.- CUÁNTOS DÍAS PERMANECERA EN LA ZONA

DÍAS DE PERMANENCIA	Nº
2	87
3	104
4	27
5	19
6	7
<b>TOTAL</b>	<b>244</b>



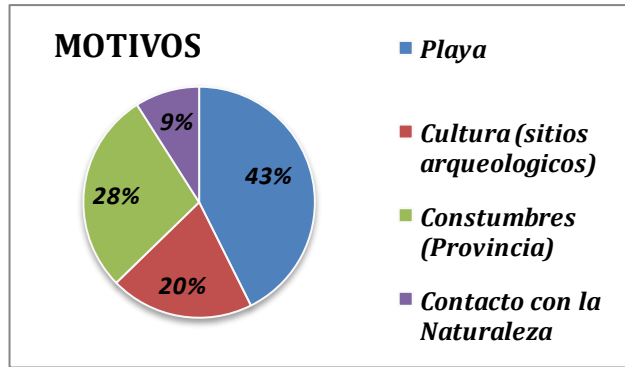
### 9.- MEDIOS QUE UTILIZA PARA ENCONTRAR DESTINOS

MEDIOS PARA ENCONTRAR DESTINO TURÍSTICO	Nº
Amigos	88
Familia	9
Periodico/ Revistas	10
Internet	59
Agencia de Viaje	43
Guía Turística	35
<b>TOTAL</b>	<b>244</b>



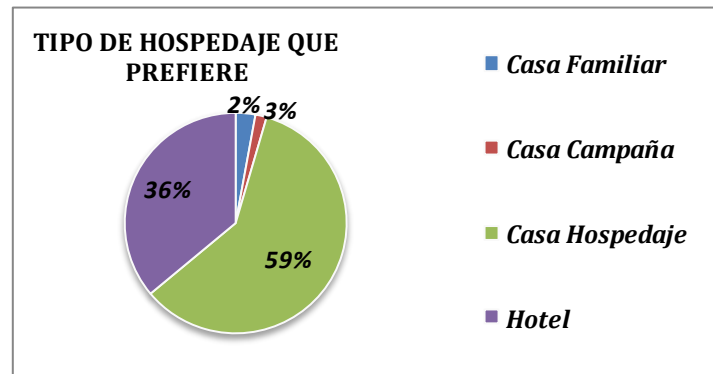
### 10.- MOTIVOS EN LA ELECCIÓN DE PACASMAYO COMO DESTINO

MOTIVOS	Nº
Playa	104
Cultura (sitios arqueológicos)	49
Constumbres (Provincia)	69
Contacto con la Naturaleza	22
<b>TOTAL</b>	<b>244</b>



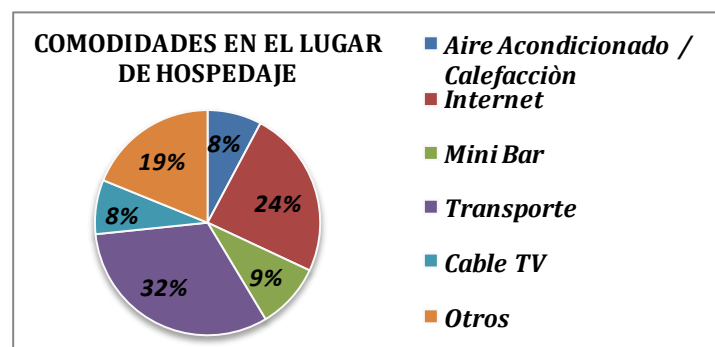
**11.- TIPO DE HOSPEDAJE QUE PREFERE**

TIPO DE HOSPEDAJE QUE PREFERE	Nº
Casa Familiar	7
Casa Campaña	4
Casa Hospedaje	145
Hotel	88
<b>TOTAL</b>	<b>244</b>



**12.- QUÉ SERVICIOS LE GUSTARIA TENER EN EL LUGAR A HOSPEDARCE**

COMODIDADES EN EL LUGAR DE HOSPEDAJE	Nº
Aire Acondicionado / Calefacción	19
Internet	59
Mini Bar	23
Transporte	78
Cable TV	19
Otros	46
<b>TOTAL</b>	<b>244</b>

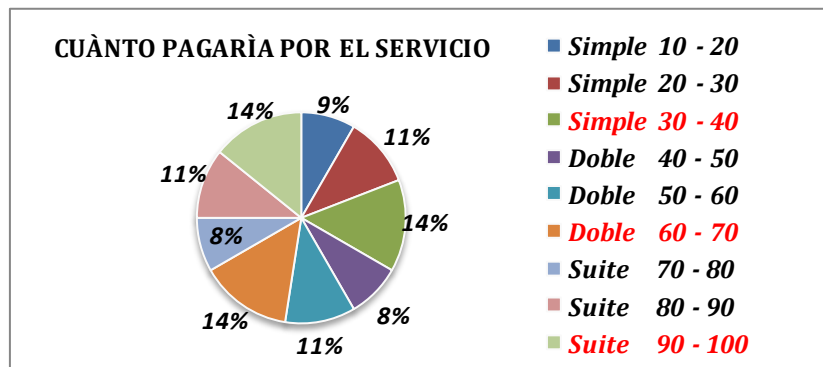






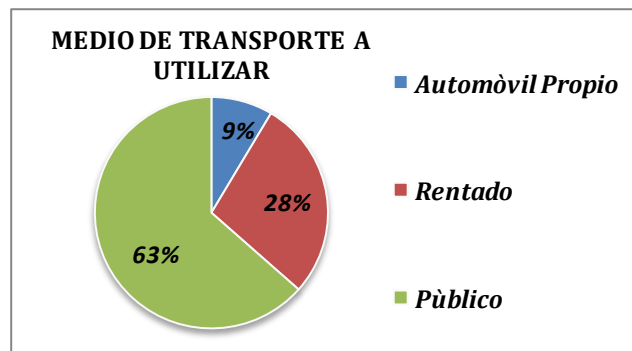
**13.- CUÁNTO ESTA DISPUESTO A PAGAR POR EL SERVICIO DE HOSPEDAJE**

CUÁNTO PAGARÍA POR EL SERVICIO	Nº
Simple 10 - 20	61
Simple 20 - 30	79
Simple 30 - 40	104
Doble 40 - 50	61
Doble 50 - 60	79
Doble 60 - 70	104
Suite 70 - 80	61
Suite 80 - 90	79
Suite 90 - 100	104
<b>TOTAL</b>	<b>732</b>



**14.- QUÉ MEDIOS DE TRANSPORTE UTILIZA**

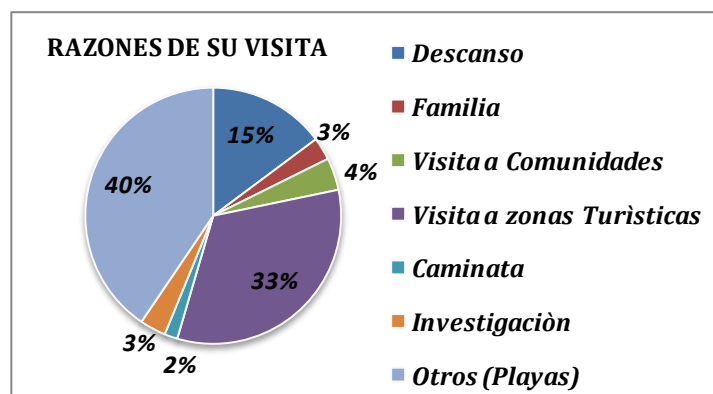
MEDIO DE TRANSPORTE A UTILIZAR	Nº
Automòvil Propio	21
Rentado	68
Pùblico	155
<b>TOTAL</b>	<b>244</b>





### 15.- RAZONES DE SU VISITA

RAZONES DE SU VISITA	Nº
Descanso	36
Familia	7
Visita a Comunidades	10
Visita a zonas Turísticas	80
Caminata	4
Investigación	8
Otros (Playas)	99
<b>TOTAL</b>	<b>244</b>





**ANEXO #2- INSTALACIONES DE LA CASA HOSPEDAJE "EL ENCANTO"**

**VISTA EXTERIOR DE LA CASA HOSPEDAJE "EL ENCANTO"**

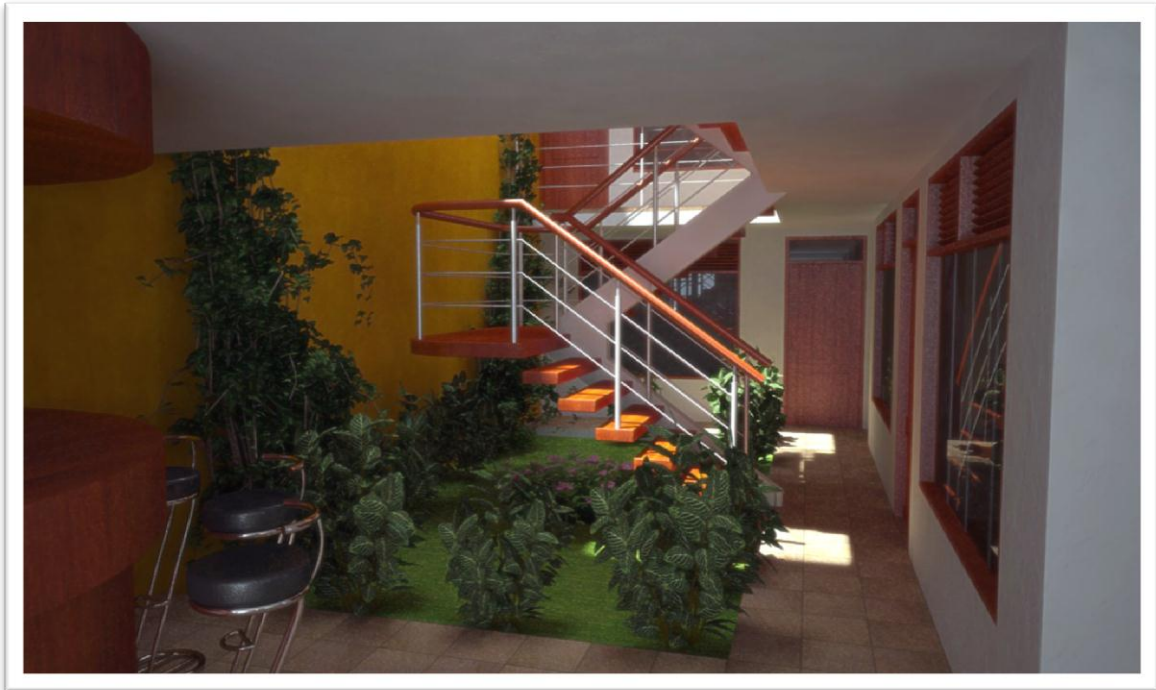


**VISTA COSTADO DE LA CASA HOSPEDAJE "EL ENCANTO"**

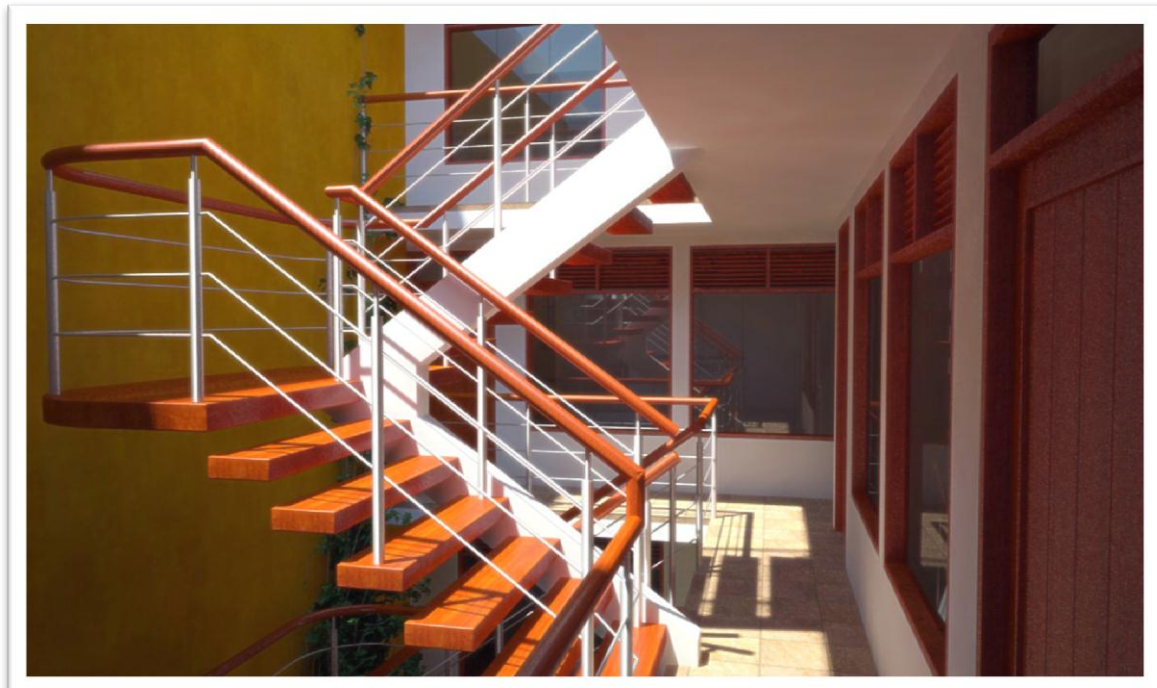




**PRIMERA VISTA DEL CORREDOR 1ER PISO**



**SEGUNDA VISTA DEL CORREDOR 2ER PISO**







**TERCERA VISTA DEL CORREDOR 3ER PISO**



**CUARTA VISTA DE ESCALERA FINAL**





**PRIMERA VISTA DE HABITACIÓN SIMPLE**



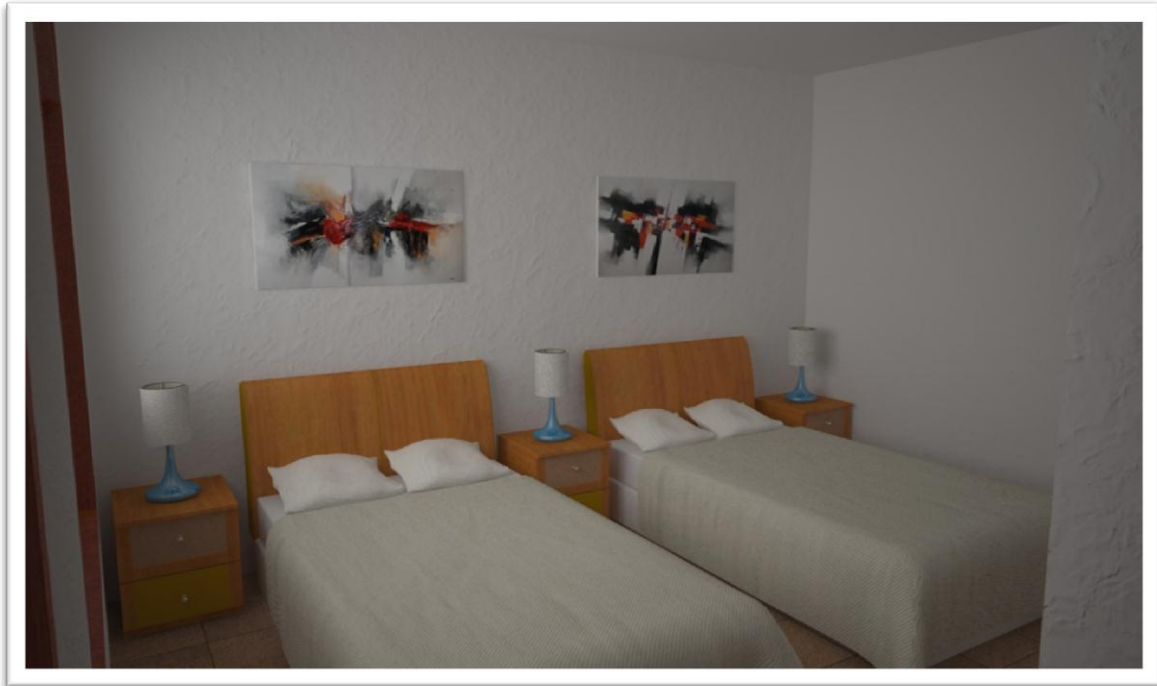
**SEGUNDA VISTA DE HABITACIÓN SIMPLE**



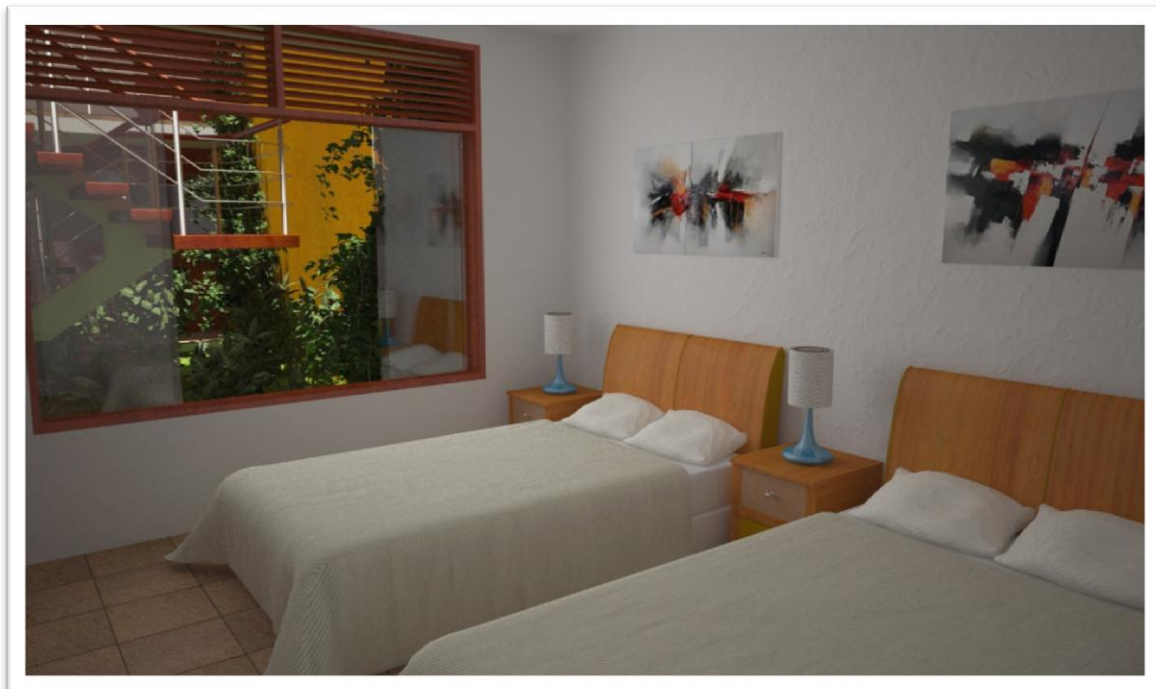




**PRIMERA VISTA DE HABITACIÓN DOBLE**



**SEGUNDA VISTA DE HABITACIÓN DOBLE**





**PRIMERA VISTA DE HABITACIÓN SUITE**



**SEGUNDA VISTA DE HABITACIÓN SUITE**

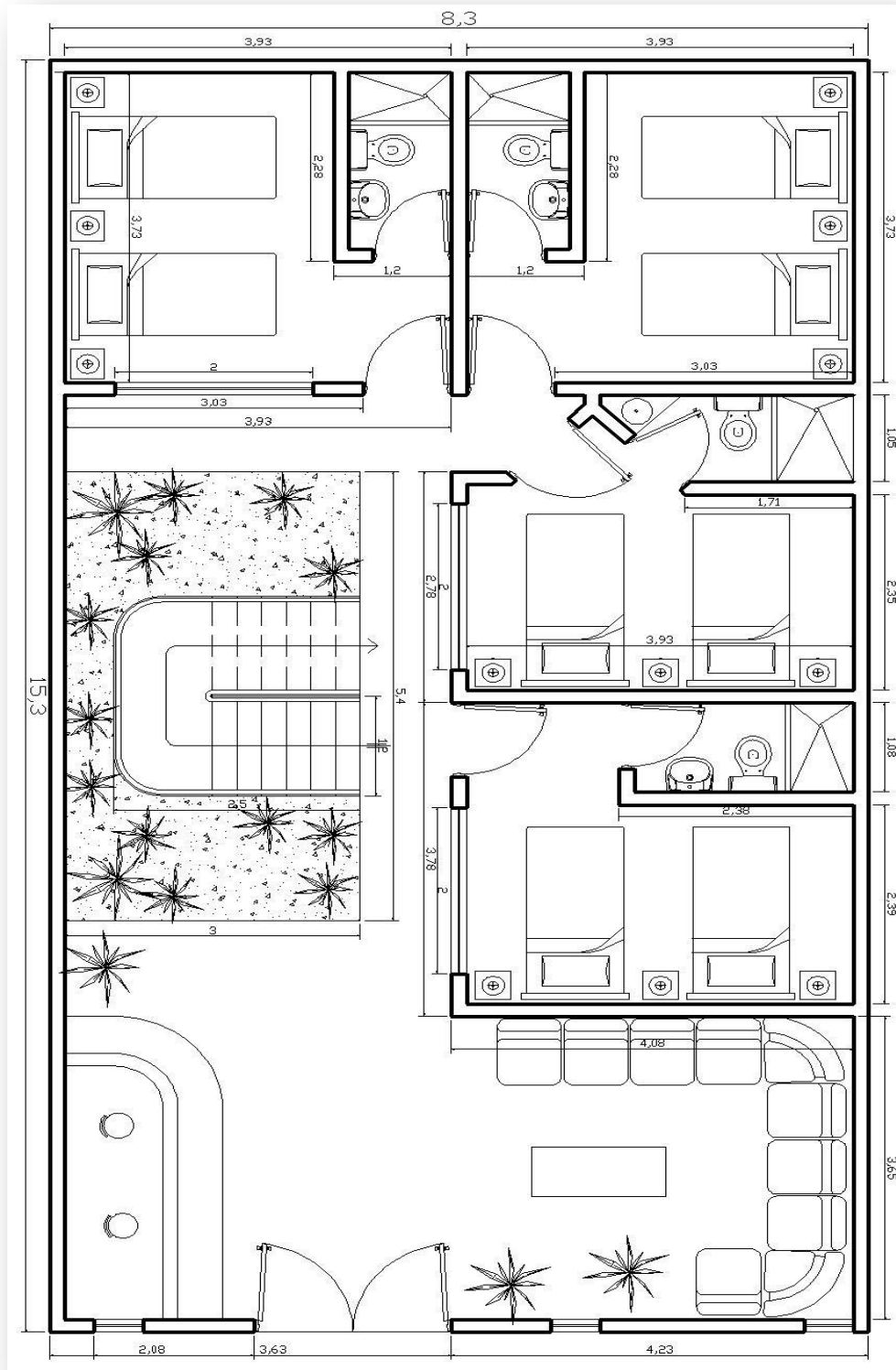






---

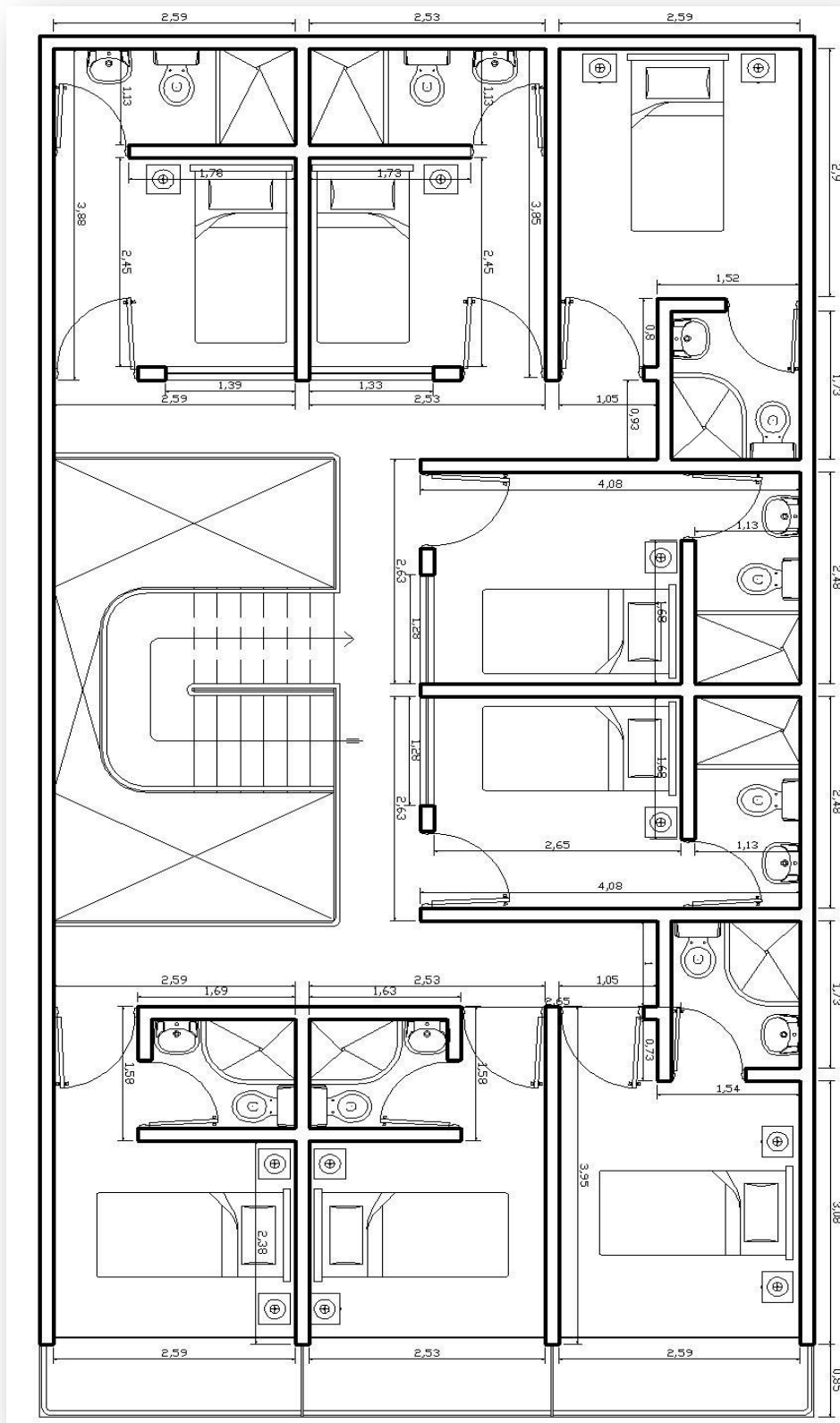
**ANEXO #3- PLANO INICIAL DEL 1ER PISO (DUPLEX) DE LA CASA HOSPEDAJE  
"EL ENCANTO"**





---

**ANEXO #4- PLANO INICIAL DEL 2ER PISO (SIMPLE) DE LA CASA HOSPEDAJE  
"EL ENCANTO"**



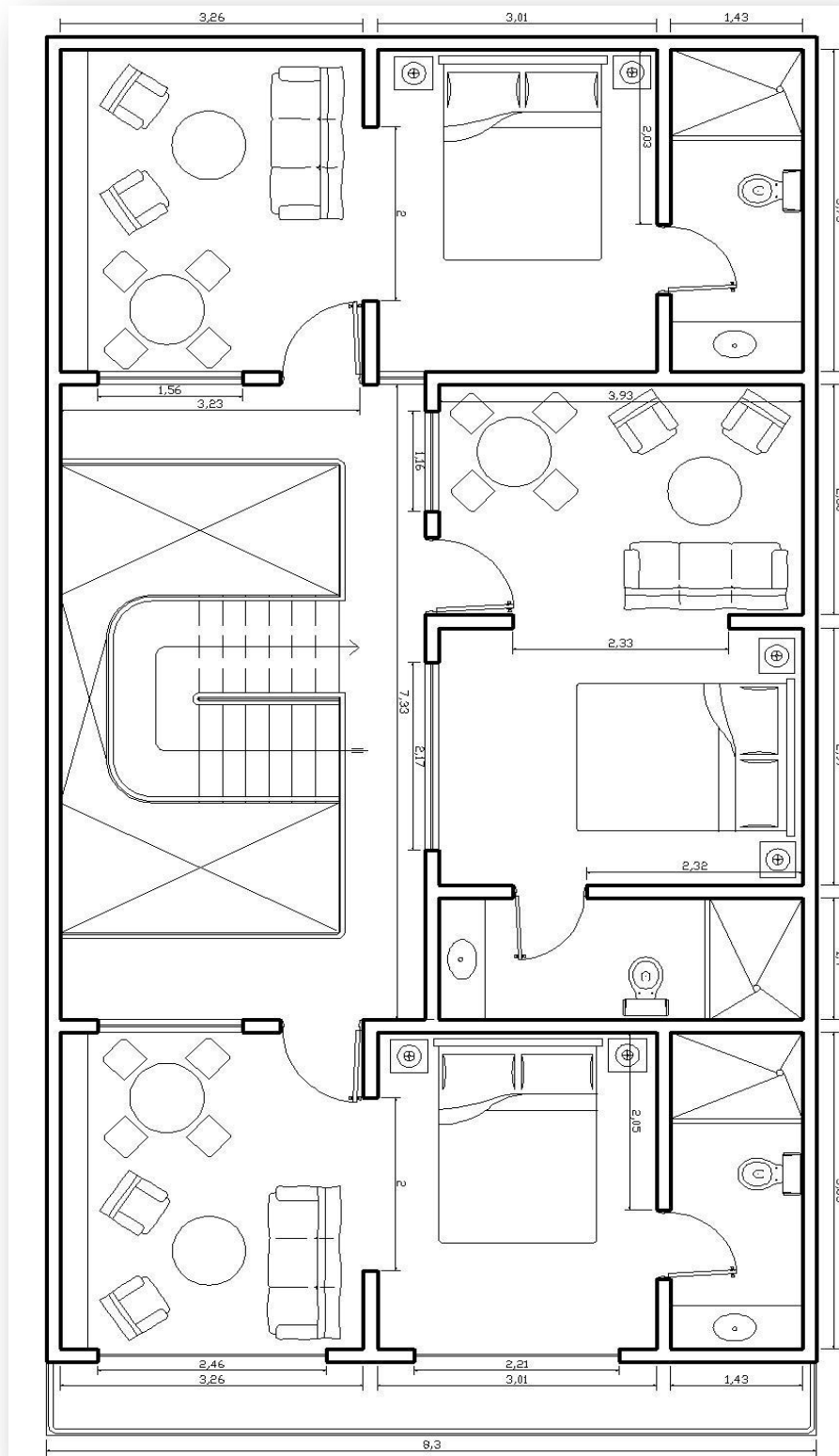


---

**ANEXO #5- PLANO INICIAL DEL 3ER PISO (SUITE) DE LA CASA HOSPEDAJE**



66





---

**EL ENCANTO"**



---

**ANEXO #6- PLANO INICIAL DE LAS 3 PLANTAS DE LA CASA HOSPEDAJE  
"EL ENCANTO"**



